

#GetCreativeWithPorsche: Vor der Kamera brillieren

22/07/2020 Ob Sie beruflich an einer Videokonferenz teilnehmen oder Videos in Social Media veröffentlichen: Vor der Kamera Wirkung zu entfalten, ist heute wichtiger denn je. Direkt aus der Boxengasse der Formel E verrät TikTok-Star Laura Bubble, wie man auf einem Bildschirm am besten rüberkommt.

Zu den vielen Überraschungen, die 2020 bisher für uns bereithielt, gehört die viele Zeit, die wir durchschnittlich vor einer Kamera verbringen.

Von FaceTime-Familientreffen und virtuellen Dinnerpartys über Videokonferenzen mit Kollegen bis hin zu digitalen Vorstellungsgesprächen: Menschen aller Altersgruppen und mit unterschiedlichsten Hintergründen mussten eine neue gesellschaftliche Etikette erlernen – und zwar schnell.

Auch Porsche bildete hier keine Ausnahme: Werksfahrer wechselten ins SimRacing und hielten virtuelle Treffen mit ihren Ingenieurskollegen ab, während neue Modelle wie der 911 Turbo S online vorgestellt wurden, nachdem der Genfer Auto-Salon im März abgesagt wurde.

Die britische Moderatorin und Social-Media-Star Laura Edwards – im Internet bekannt als Laura Bubble – verbringt schon seit dem frühen Erwachsenenalter viel Zeit damit, in eine Kamera zu sprechen. Bereits als Teenager begann sie, Comedy-Sketche auf YouTube zu veröffentlichen. 2007 gewann sie einen Wettbewerb der BBC, der ihr einen festen Sendeplatz als TV-Rezensentin bei Radio One einbrachte.

2018 engagierten sie die Betreiber der Social-Video-App TikTok als Moderatorin für die Neueinführung der Marke in Großbritannien. Seitdem wuchs die Zahl ihrer Follower bei TikTok auf mehr als eine Million an. 2019 war sie das Gesicht einer weltweiten TikTok-Kampagne der FIA Formel E.

„Die Kombination passte super", erklärt die 30-Jährige. „Ich denke, über die Formel E wird der Motorsport einem neuen Publikum und einer jüngeren, technologieorientierteren Generation vorgestellt, denn sie ist um einiges zugänglicher als der klassische Motorsport." Social Media ist aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken – Innovationen und ein breites Publikum erreicht man nicht ohne.

Seit Beginn des Lockdowns verbringen Menschen jeden Alters sehr viel Zeit im Internet, und Plattformen wie TikTok sind in den vergangenen Monaten rasant gewachsen. Aber nicht jeder fühlt sich wohl vor der Kamera. Für einige ist es ein vollkommen ungewohntes Gefühl, bei einer Videokonferenz auf einmal eine Kamera auf sich gerichtet zu wissen.

„Meine ganze Familie ist kamerascheu", erzählt Laura. „Aber ich habe mich schon als Kind sehr für Schauspielerei und Schnitt interessiert und dafür, wie Menschen miteinander interagieren. Auf Grundlage meiner Beobachtungen habe ich dann angefangen, hobbymäßig Comedy zu machen. So hat alles angefangen und sich dann weiterentwickelt."

Rund viereinhalb Millionen YouTube-Views später verrät sie nun in der Reihe #GetCreativeWithPorsche nützliche Tipps für alle, die vor der Kamera überzeugend wirken möchten.

Die richtigen Voraussetzungen schaffen

„Ob Sie nun ein 15-sekündiges TikTok-Video drehen, Autorezensionen im Internet veröffentlichen oder beruflich in einer Videokonferenz sitzen: Das Allerwichtigste vor der Kamera ist die Tonqualität. Sie können noch so toll aussehen und wunderschöne Aufnahmen im Kasten haben, aber wenn die Zuschauer Sie nicht richtig verstehen, stört das einfach immens. Vermeiden Sie Hintergrundgeräusche, so gut es geht; wenn Sie Videos für ein Online-Publikum drehen, sollten Sie über eine Investition in ein gutes Mikrofon nachdenken, das Sie anstelle Ihres Handys nutzen können. Diese Mikrofone sind nicht teuer und machen einen großen Unterschied.

Vergessen Sie auch nicht die Belichtung. Im Freien sollten Sie niemals mit der Sonne im Rücken stehen oder sitzen, in Innenräumen sollten Sie möglichst natürliches Licht von einem Fenster nutzen. Das ist wesentlich schmeichelhafter. Idealerweise scheint Ihnen das Licht direkt ins Gesicht, damit keine Schatten entstehen. Wenn Sie sich beim Setup des Videos unsicher sind, schauen Sie einfach, wie

andere in Online-Videos rüberkommen.

Ich bin in der Regel in der Mitte des Bildes und schaue in die Kamera, denn das ist optisch ansprechend und trägt dazu bei, die Aufmerksamkeit des Betrachters zu gewinnen. Noch viel wichtiger als die Bildeinstellung ist allerdings das, was um Sie herum passiert. An der Formel-E-Strecke zu filmen ist etwas ganz Anderes als im eigenen Wohnzimmer, wo man mehr Kontrolle über die Belichtung und den Sound hat. Auch der Schnitt gelingt wesentlich einfacher, wenn man sich keine Sorgen um die Kontinuität des Hintergrunds machen muss.

Beim Filmen innerhalb von vier Wänden habe ich immer gerne einen kleinen Eyecatcher im Hintergrund, zum Beispiel ein Bild oder ein paar grüne Pflanzen. Meine Klamotten passe ich der jeweiligen Location an: Wenn ich vor einer weißen Wand stehe, trage ich möglichst Blockfarben, wenn mein Hintergrund eher unruhig ist, wähle ich farblich einheitlichere Outfits. Ich versuche immer, dabei nicht zu penibel zu sein, aber ein bisschen eigene Persönlichkeit sollte schon immer rüberkommen. Tragen Sie keine Streifen oder feinen Muster, diese können auf dem Bildschirm verzerren.

Kleiden Sie sich ansprechend, dann fühlen Sie sich auch gleich selbstsicherer. Vor ein paar Jahren rief ich für ein telefonisches Vorstellungsgespräch für einen Präsentationsauftrag an und merkte dann erst, dass es ein Video-Anruf war. Plötzlich saß ich vor zehn Leuten in meinem Schlafanzug. Dieser Fehler ist mir kein zweites Mal passiert. Präsentieren Sie sich gut, das stärkt das Selbstbewusstsein."

Übung macht den Meister

„Um vor der Kamera besser sprechen zu können, hilft nur Übung. Wenn ich mal eine Zeit lang keine Videos drehe, brauche ich danach immer mehrere Aufnahmen, um wieder reinzukommen und meinen Rhythmus wiederzufinden.

Der beste Tipp ist: Stellen Sie Ihre Kamera auf und fangen Sie an, zu quatschen – egal worüber. Indem Sie Zeit vor der Kamera (oder Ihrem Handy) verbringen, gewöhnen Sie sich an Ihre eigene Stimme und daran, Dinge laut auszusprechen.

Zu Beginn habe ich alles komplett improvisiert. Das funktioniert ganz gut, da es natürlicher wirkt. Aber wenn man mehr Inhalt abdreht, braucht man zumindest ein grobes Script, damit die Nachbearbeitung schneller geht. Das gleiche gilt für Videokonferenzen oder Online-Vorstellungsgespräche: Stichpunkte, auf die man zurückgreifen kann, sind eine gute Stütze gegen Lampenfieber. In Social Media wie TikTok geht es um sehr kurze Videosequenzen von idealerweise 15 Sekunden. Hier ist es wichtig, schnell und präzise auf den Punkt zu kommen.

Ein Fehler, den viele machen und den auch ich am Anfang begangen habe: auf die Anzeige schauen statt in die Linse. Wenn Sie Videoanrufe nicht gewohnt sind, schauen Sie vermutlich auch eher auf Ihr eigenes Gesicht auf dem Bildschirm, das ist in etwa das Gleiche. Durch Übung können Sie lernen, direkt in die Kamera zu schauen, auch wenn das am Anfang nicht so leicht ist. Wichtig ist, dass Sie sich an Ihre

Filmausrüstung gewöhnen und üben, üben, üben."

Wie Sie Eindruck schinden und/oder Follower gewinnen

„Wenn Sie Videos im Internet veröffentlichen und sich möglichst viele Betrachter wünschen, sollten Sie eine Nische finden und dieser dann treu bleiben. Wenn Sie einen Kanal haben und in einem Video über Politik sprechen, im nächsten über Ernährung und im dritten Comedy machen, wird es schwieriger Follower zu gewinnen. Wenn Sie für etwas brennen, können Sie natürlich auch mal eine Ausnahme machen, aber wenn Sie erfolgreicher werden und einen Kanal oder ein Social-Media-Profil pushen möchten, vereinheitlichen Sie Ihre Inhalte. So sprechen Sie auch viel eher Unternehmen an, die eventuell mit Ihnen zusammenarbeiten möchten.

Wenn ich mir unsicher war, ob ich ein bestimmtes Video posten sollte oder nicht, habe ich es als Entwurf an Freunde geschickt, um eine zweite Meinung einzuholen. Wichtig ist aber vor allem, dass Sie an Ihre Arbeit glauben und sich treu bleiben. Zu meiner Anfangszeit hat kaum jemand Videos von sich selbst bei YouTube hochgeladen – das machte damals noch einen eher merkwürdigen Eindruck – also hielt ich es vor meinen Freunden und meiner Familie geheim. Das bedeutete, dass ich mich auf mein eigenes Urteilsvermögen verlassen musste, aber auch, dass ich meine Arbeit nicht aus Angst vor der Reaktion meiner Zuschauer geändert hätte. Ich habe einfach gemacht, was mir richtig erschien.

Natürlich habe auch ich unschöne Reaktionen per Nachricht und E-Mail erhalten. Ich ignoriere diese immer und empfehle, sich niemals auf Trolls einzulassen. Die große Mehrheit der Menschen im Internet ist wirklich nett und es kann einem so viel geben, im digitalen Bereich zu arbeiten, aber es erfordert auch sehr viel Zeit und Mühe. Außerdem sollte man niemals die eigene Sicherheit außer Acht lassen. Ich beobachte sehr oft, wie Menschen ihre Inhalte mit Geotags posten. Behalten Sie personenbezogene Daten so weit wie möglich für sich. Filmen Sie sich also zum Beispiel nicht vor Ihrem Straßenschild."

Info

Wenn Sie eine Karriere vor der Kamera reizt, besuchen Sie @porsche_newsroom auf Instagram und teilen Sie Ihre Videos mit dem Hashtag #GetCreativeWithPorsche. Wenn Sie damit unser Social-Media-Team beeindrucken, landen Ihre Videos vielleicht in den kommenden Tagen in unserer Galerie der besten Clips!

MEDIA ENQUIRIES



Julian B. Hoffmann

Managing Editor Porsche Newsroom
+49 (0) 170 / 911 2771
julian.hoffmann@porsche.de

Verbrauchsdaten

911 Turbo S
Kraftstoffverbrauch / Emissionen

WLTP*
Kraftstoffverbrauch* kombiniert (WLTP) 12,3 – 12,0 l/100 km
CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 278 – 271 g/km
CO2-Klasse G Klasse

911 Turbo S Cabriolet
Kraftstoffverbrauch / Emissionen

WLTP*
Kraftstoffverbrauch* kombiniert (WLTP) 12,5 – 12,1 l/100 km
CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 284 – 275 g/km
CO2-Klasse G Klasse

*Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de) unentgeltlich erhältlich ist.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2020/sport-lifestyle/porsche-masterclass-teil-11-tiktok-star-laura-bubble-21418.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/a65fc226-dcb5-49ea-b78d-118567bdd30a.zip

Externe Links
https://www.tiktok.com/@laurbubble
https://www.instagram.com/laurbubble/