

turi2 Clubabend: „Was hilft gegen den Kreativitätsabfall im Lockdown – Waldbaden, Zoom oder Clubhouse?“

Mit Dörte Spengler-Ahrens, Laura Karasek, Thomas Knüwer, Gabriele Hässig, Felix Daxsel, Michael Trautmann

Moderiert von Peter Turi und Markus Trantow

[00:00:03] SPRECHER: turi2 Podcast - Menschen, Medien, Marken.

[00:00:10] MARKUS TRANTOW: Herzlich willkommen zur dritten Clubhouse-Edition des turi2-Podcasts. Wir haben am Montag, den 8. Februar, über Kreativität im Lockdown diskutiert. Die Details zur Runde gibt es gleich im Mitschnitt. Ich darf vorher noch fix auf unser nächstes Event hinweisen. Am Mittwoch, den 10. Februar melden wir uns auf turi2.de und YouTube - diesmal nicht auf Clubhouse - mit dem nächsten Video-Clubabend von turi2. Diesmal ist Kai Diekmann zu Gast. Fragen an den Mann der "Bild" war und jetzt mit Storymachine PR macht könnt ihr als Video schicken oder Audio oder Text an die E-Mail-Adresse clubabend@turi2.de - das Ganze am Mittwoch, den 10. Februar ab 19 Uhr. Nun aber hinein in unseren Kreativ-Talk auf Clubhouse vom 8. Februar.

[00:01:08] MARKUS TRANTOW: Es ist Punkt 19 Uhr an einem winterlichen Montagabend in vielen Teilen Deutschlands. Herzlich willkommen zum turi2 Clubabend auf Clubhouse. Unser Thema: "Was hilft gegen den Kreativitätsabfall im Lockdown? Waldbaden, Zoom oder Clubhouse?" Ich bin Markus Trantow, Chefredakteur von turi2 und als Moderator an meiner Seite darf ich den alten, weisen und kreativen Kopf hinter turi2 begrüßen: Peter Turi. Peter, du änderst heute dein siebtes Lebensjahrzehnt und das mit einer Talkrunde auf Clubhouse. Das finde ich mal kreativ.

[00:01:44] PETER TURI: Markus, ich finde etwas ganz anderes cool: Dass Deutschland im Flockdown liegt, dass die Schneemassen dich in ein Kölner Hotel gezwungen haben und dass wir trotzdem live auf Sendung sind, du alles mitschneidest. Wie machst du das, Markus? Du warst ja unterwegs und bist dann in den Schneesturm geraten.

[00:02:01] MARKUS TRANTOW: Genau, ich habe sicherheitshalber einfach die ganze Technik mitgenommen und sitze jetzt hier mit einem MacBook, zwei Telefonen und einem iPad rum und wir kriegen das trotzdem hin. Also das sind einfach die Segnungen der Digitalisierung.

[00:02:15] PETER TURI: Ja, bevor wir starten. Zwei kleine Hinweise: Niemand spricht im turi2 Clubraum länger als 60 Sekunden am Stück. Und ab der Hälfte der Zeit, also so circa ab 19.30 Uhr, dürften alle Clubhouse-Besucher die Hand heben, um dann mitzudiskutieren.

[00:02:33] MARKUS TRANTOW: Außerdem zeichnen wir die Gesprächsrunde hier auf. Morgen früh erscheint dieser Talk als Podcast auf turi2.de auf YouTube und auf den üblichen Podcast-Plattformen. Und wer auf die Bühne kommt, der erklärt sich mit genau diesem Deal einverstanden. Nun aber zu unseren Gästen, Peter.

[00:02:51] PETER TURI: Dann fange ich mit der Laura an, weil wir wissen ja, dass die Laura schon da ist. Sie ist zwar im Zug, aber hoffentlich hört sie mich. Laura Karasek, du schreibst Romane, du moderiert im Fernsehen, du machst Podcast, du bist ein begnadeter Multitalent. Und wenn ich etwas anderes behaupten würde, das Gegenteil vielleicht, dann könntest du mich verklagen, denn du bist auch noch Rechtsanwältin. Wie bleibst du fröhlich im Lockdown und kreativ?

[00:03:20] LAURA KARASEK: Also ich glaube, wir alle haben ja immer so Phasen. Ich hatte auch eine Tiefpunkt-Phase Anfang Januar. Ich habe ja schon Covid gehabt, da ging es mir nicht so toll und ich habe alles in Frage gestellt. Ich schreibe nämlich gerade an meinem vierten Buch und es gibt schon so Augenblicke, da sitzt man nachts vor einer stumm vorwurfsvollen Tastatur und denkt: "Wo sollen denn jetzt die größten Inspirationen herkommen?" Weil ich das Leben, das Beobachten von menschlichen Begegnungen und Abgründen, immer als Recherche gesehen habe. Ich habe mir auch oft eingeredet, in eine Bar zu gehen, sei Recherche. Das fällt nun alles flach. Das heißt, man muss aus dem schöpfen, was noch so von früher da ist oder in etwas Neuem wühlen. Ich glaube, mir helfen viele kluge Texte von klugen Menschen. Ich habe sehr viele Bücher gelesen, tolle Serien gesehen und mich eben über Clubhouse oder über Gruppenchats mit anderen kreativen Menschen ausgetauscht. Dann kommt man auf einmal auf die eine oder andere Idee.

[00:04:32] MARKUS TRANTOW: Wir kommen zu unserem nächsten Kreativen. Den Austausch mit Kreativen wollen wir hier heute forcieren. Mit Thomas Knüwer machen wir weiter. Du warst Journalist und bist Digitalberater, bekannt durch dein Blog "Indiskretion Ehrensache". Du hast dich als strikter Gegner des Home-Office geoutet. Tötet die Heimarbeit bei dir die Kreativität?

[00:04:52] THOMAS KNÜWER: Ich mache ja keine Heimarbeit. Das liegt aber daran, dass mein Büro 70 Meter von unserer Wohnung entfernt liegt. Das Thema Kreativität ist für mich echt ein Thema, weil ich meine Kreativität einerseits aus Reisen und zum anderen auch ganz stark aus Konferenzen ziehe, und beides ist nicht mehr. Deshalb habe ich mich schon gefragt: "Wie kriege ich Input außerhalb meiner direkten Filterblase?" Da hilft mir aktuell unsere Preisverleihung "Die goldenen Blogger", weil wir dafür ca. 1.700 Vorschläge eingereicht bekommen haben. Da lese ich halt auch Blogs und sehe YouTube-Videos und höre Podcasts, von denen ich noch nie gehört habe. Das ist ein toller Einblick in andere Filterblasen.

[00:05:45] PETER TURI: Gut, Thomas, ich danke dir. Du bist unter der Minute geblieben, ganz deutlich. Dörte Spengler-Ahrens, du bist die erste Frau an der Spitze des Art Directors Club, sozusagen die Angela Merkel der Kreativ-Werbung. Wie bleibst du, wie bleibt deine Agentur Jung von Matt, kreativ im Stimmungstief?

[00:06:06] DÖRTE SPENGLER-AHRENS: Wenn du dich jetzt auf Home-Office beziehst und auf den Lockdown, kann ich nur sagen, dass es uns genauso geht wie vielen anderen auch. Wir haben das eine Zeit lang noch mit Fassung getragen und versucht, das Beste draus zu machen. Jetzt kommt der Moment, wo man merkt, dass Kreative noch etwas anderes brauchen als einen Monitor und viele Gesichter: Man braucht Austausch, Reibung, das Zusammensein, die Zufälle, all das, was Teamarbeit ausmacht. Das heißt, es ist sehr schwer, die kreativen Spirit und auch die Leistung in diesen Umständen aufrechtzuerhalten.

[00:06:43] MARKUS TRANTOW: Vielen Dank, Dörte. Wir machen weiter mit Michael Trautmann. Du bist ein erfolgreicher Werber, bist ein kreativer Verkäufer, auch in eigener Sache. Und du hast Erfolg mit deinem Podcast "On the Way to New Work". Hast du wegen Corona jetzt eigentlich eher so den Business-Blues oder tanzt du schon den Digitalisierungs-Tango?

[00:07:05] MICHAEL TRAUTMANN: Das ist eine schöne Frage, die ich mir selber auch diese Woche gestellt habe, was eigentlich mit mir im letzten Jahr passiert ist. Und ich kann berichten, dass ich natürlich wie alle erstmal in ein Business-Loch gefallen bin, die nicht Supermärkte oder Videokonferenz-Systeme o.ä. betreiben. Ich habe quasi mein Einkommen geviertel oder gefünftelt, weil ganz viel von dem, was ich gemacht habe eben mit Beratung und mit Vorträgen zu tun hat. Ähnlich wie Thomas hole ich sehr viel Inspiration aus Reisen und aus Konferenzen - und dann ist aber über das Jahr irgendwie klar geworden, dass die ganze Krise und die Bewältigung der Krise auch damit zu tun hat, dass wir die Art zu arbeiten etwas neu gestalten wollen. Im Moment komme

ich kaum hinterher, was Anfragen für sowohl Vorträge als auch Beratung angeht. Was die Kreativität angeht: Für mich war schon immer Spaziergehen unfassbar wichtig und ich gehe jetzt noch mehr. Ich versuche auch Meetings und Kreativ-Sessions im Spaziergehen zu machen. Das geht zum Glück auch während eines Lockdowns, wo man keinen Ausgangsverbot hat.

[00:08:18] PETER TURI: Danke Michael, da kommen wir sicher noch dazu, Themen wie Bewegung und frische Luft anzusprechen. Ich habe noch Gabriele Hässig auf meiner Liste. Gabi, du hast das, was alle Medien wollen: Werbegeld, haufenweise. Procter & Gamble, die Firma, bei der du Geschäftsführerin Kommunikation bist, investiert in Deutschland pro Jahr eine Milliarde Euro. Ihr seid damit der größte Werbungtreibende in Deutschland für Marken wie Pampers, Gilbert und der Weiße Riese. Hat der Weiße Riese denn eine Wirkformel gegen rabenschwarze Tage?

[00:09:01] GABRIELE HÄSSIG: Peter, ich mag dich ja nicht gleich korrigieren. Aber Weißer Riese ist nicht von uns.

[00:09:04] PETER TURI: Echt? Scheiße, da bin ich ja voll in die Kacke getreten. Sorry! Hattet ihr die denn mal?

[00:09:14] GABRIELE HÄSSIG: Ne, aber Ariel ist bei uns dann richtig.

[00:09:18] PETER TURI: Aber eigentlich ist es ja leichter bei euch zu sagen, was nicht zu euch gehört, als was zu euch gehört. Wie viele Marken habt ihr?

[00:09:25] GABRIELE HÄSSIG: Wir haben schon viele Marken, aber haben uns auf unserem Portfolio konzentriert und versuchen in allen Bereichen die Nummer eins oder Nummer zwei der Marken zu haben. Im Moment hilft uns mehreres. Zum einen haben wir Teams, die sich gut kennen, sich stark vertrauen. Ich glaube, das ist schon ganz wichtig, auch im Lockdown gut zusammenzukommen, einfach eine solide Basis zu haben, mit der man arbeiten kann. Und das Zweite, was uns alle zusammengehalten hat, ist die Möglichkeit und die Chance, wirklich nützlich zu sein. Wir haben natürlich Produkte, die in dieser Zeit Alltagshelfer sind, die gebraucht werden. Dann gibt's Möglichkeiten, weiterzuhelfen, Tipps zu geben. Ich glaube, in der Krise ist schon wichtig, dass man spürt, man macht was Gutes und was Richtiges und kann den Menschen helfen. Es ist schon vieles gesagt worden, dem ich absolut nur zustimmen kann: Von auf sich Acht geben, Spaziergehen, den menschlichen Austausch zuhause haben bis hin zu Sicherstellen, dass Zufälle passieren können, also nicht den ganzen Tag verplanen. Da können wir nachher bestimmt noch drüber sprechen.

[00:10:50] MARKUS TRANTOW: Wunderbar. Wir sind gespannt darauf, Gabi. Und wir haben noch jemanden auf unserer Rednerliste: Das ist Felix Dachse, Chefredakteur der deutschen Ausgabe von "Vice" - einem jungen, hippen und aufmüpfigen Medium. Damit bist du sowas wie der Klassensprecher des jungen Journalismus. Wie bleibt deine junge Truppe kreativ im Stimmungstief?

[00:11:14] FELIX DACHSEL: Danke für die Einladung, für die Frage und für diese nette Betitelung. Ich glaube, es ist sehr wichtig, auch die Wut und vielleicht die Verzweiflung ob dieser Situation zuzulassen. Ich glaube, das ist auch eine Grundlage für Kreativität. Sascha Lobo hat mal dieses wunderbare Wort geprägt: Vernunft-Panik. Also man darf nicht zu sehr eine Verzweiflung unterdrücken. Man sollte die Wut auch zulassen und dann kommt glaube ich auch die Kreativität leichter wieder hervor.

[00:11:48] PETER TURI: Also ich habe jetzt Wut und Verzweiflung gehört. Bei dir, Dörte, hab ich gehört, dass euch langsam der Kreative Vorrat ausgeht. Du kriegst ja im ADC viel mit, was sonst so los ist. Wir hören in der Corona-Krise viel von Notlagen bei den Wirten. Würdest du sagen, dass

deine Kreativbranche jetzt langsam auch in Schwierigkeiten gerät, dass sie das nicht mehr lange mitmacht?

[00:12:21] DÖRTE SPENGLER-AHRENS: Da würde ich gerne mal kurz einhaken. Ich habe nicht gesagt, uns geht der kreative Vorrat aus, weil auf Vorrat kann man gar nicht kreativ sein. Es ist einfach so, dass man spürt, dass die kreative Kraft über Remote nicht so hoch ist, wie im persönlichen Austausch. Der Tüftler, der gerne schreibt und seine Ruhe hat, hält es im Keller auch alleine monatelang aus. Aber alle anderen sind schon auf den Austausch und die Zusammenarbeit angewiesen. Zur zweiten Frage, wie es der Branche geht: Das ist sehr schwer pauschal zu beantworten. Beim Messebau ist z.B. relativ klar, dass die gerade nicht ihr Hoch erleben. Wir sind immer ein Abbild des Marktes, also wie es dem Markt geht, geht's auch den Dienstleistern für den Markt. Kollegen, deren Hauptkunden es nicht so gut geht, haben logischerweise Einbußen haben und müssen das kompensieren. Es gibt Ups and Downs, aber in der Breite betrachtet nichts, was man jetzt pauschal dazu sagen kann.

[00:13:57] PETER TURI: Wie ist denn im Moment die Situation bei euch in der Agentur oder in den Agenturen? Ihr seid ja eine ganze Gruppe mit der Zentrale in Hamburg und auch vielen Filialen. Könnt ihr noch ins Büro gehen? Wie viel Prozent der Angestellten sind in Heimarbeit? Habt ihr irgendwelche Möglichkeiten, dass ihr euch zum Waldspaziergang aufmacht? Wie mietet ihr?

[00:14:18] DÖRTE SPENGLER-AHRENS: Naja, wir haben ja wie alle gerade leider diese Lockdown-Phase und die Agentur-Mitarbeiter sind gehalten, so viel Präsenz wie nötig und so wenig wie möglich zu zeigen. Wir versuchen wie alle anderen im Moment, die Vorgaben einzuhalten. Es gibt Phasen, wo man dann doch zusammenkommt, aber eben unter extremen Sicherheitsvorkehrungen. Wir hoffen sehr, dass sich das bald wieder lockert. Es gibt aber auch schöne Effekte. Zum Beispiel hatten wir die erste virtuelle Weihnachtsfeier mit immerhin knapp unter 100 Leuten. Jeder aus dem Team durfte und sollte was beitragen und das war eine der schönsten Weihnachtsfeiern, die wir je hatten. Jeder hatte von der Agentur seine Weihnachtsgans und seinen Rotwein angeliefert bekommen und wir haben uns noch nie so kennengelernt, ausgetauscht, wiedergesehen, gemeinsam gelacht, wie da. Also es gibt auch positive Effekte, aber es sind halt wenige.

[00:15:14] MARKUS TRANTOW: Ich habe eine Wortmeldung von Thomas gesehen. Bitteschön.

[00:15:21] THOMAS KNÜWER: Ich gebe der Dörte da vollkommen recht. Der eine Faktor ist das fehlende Zusammensein. Der andere bedrängende Faktor ist ganz stark natürlich auch die psychische Situation der Mitarbeiter. Es gibt zwar diejenigen, die prima damit umgehen. Ich höre aber viel von Singles in der Großstadt, die alleine in einer kleinen Wohnung leben oder von berufstätigen Paaren mit Kindern. Da kommt dann ein weiterer Faktor dazu, der die Kreativität beschränkt. Gegen diese grundsätzliche psychische Lage muss man arbeiten. Wir haben das Glück, dass wir, verglichen mit Jung von Matt, mit zwölf Mitarbeitern deutlich kleiner sind. Wir haben keine Home-Office-Pflicht vergeben, sondern sagen: Jeder, der will, kann - unter Hygieneregeln - ins Büro kommen. Ein Einzeltag im Büro kann ein psychisch entlastender Faktor sein, weil man einfach mal rauskommt.

[00:16:23] PETER TURI: Aber so richtig Spaß macht es im Büro ja nicht, wenn die Kollegen dann zu Hause sind. Wenn ihr die Hygieneregeln einhält, dann fragt man sich ja schon: Warum geht man ins Büro, wenn die Kollegen, mit denen man gerne abhängt, dann gar nicht da sind?

[00:16:35] THOMAS KNÜWER: Nein, also zumindest ein Chef ist da. Und wir haben Beispiel zwei Kolleginnen, die in getrennten Büros sitzen. Aber trotzdem hat man das Gefühl, dass man mit einem anderen Menschen zusammen ist. Man kann sich mal was rüber rufen und sich auf Abstand

im Flur treffen. Insofern ist es natürlich nicht so wie sonst. Aber es ist ein gewisser entlastender Faktor, der ein bisschen Veränderung schafft. Und selbst das ist in der aktuellen Situation schon eine Hilfe, glaube ich.

[00:17:08] PETER TURI: Gabi, wie sieht's denn bei euch bei Procter & Gamble aus? Ihr seid ja ein riesengroßer Laden und da sitzen normalerweise hunderte Leute. Ich hab dich einmal besucht vor einem Jahr. Sind das da jetzt geisterleere Ränge oder wie macht ihr es?

[00:17:22] GABRIELE HÄSSIG: Ich glaube, wir müssen dafür die unterschiedlichen Phasen betrachten. Anfang Dezember, als der große Lockdown ausgerufen wurde, haben wir uns natürlich auch entsprechend aufgemacht. Im Moment sind bei uns 90 Prozent zu Hause sind und 10 Prozent im Büro. Das ist im Endeffekt der Durchschnitt. Wir haben es ähnlich gemacht, wie Dörte es gesagt hat. Wir lassen das Büro geöffnet. Das heißt, Mitarbeiter können selbst entscheiden, ob sie ein Projekt oder ein Thema haben, das man an einem Tag mal besser im Büro macht. Das reicht von profanen Dingen, wie zum Beispiel ein Dokument unterschreiben, etwas einscannen oder sich Material besorgen bis hin zu Situationen, wie Thomas sie gerade geschildert hat. Wir haben ja eine ganz diverse Mitarbeiterschaft und da gibt's genauso die Jungen, die in Frankfurt in einer ganz kleinen Wohnung sitzen und natürlich auch Eltern mit kleinen Kindern, die eine ganz andere Herausforderung haben. Wichtig für uns ist, dass wir auf alle eingehen. Es gibt im Moment nicht dieses "one size fits all". Bis Dezember haben wir ein hybrides Modell gehabt. Wir haben schon im Frühjahr die Maskenpflicht eingeführt. Wir haben ja bei uns im Werk in Euskirchen auch Masken selber produziert und haben also schon ganz früh ganz strenge Regeln eingeführt, um das Büro auch größer offen zu halten. Bei uns kommt man nicht ins Büro, damit der Chef sieht, dass man arbeitet, sondern für strategische Termine oder für kreative Prozesse. Und das vermissen wir jetzt schon. Natürlich würden alle gerne wieder mehr ins Büro kommen, um sich wieder zu sehen und gemeinsam brainzustormen. Das geht schon wirklich schlechter mit Teams, auch wenn wir alle Teams können. Aber es kann halt nicht alles.

[00:19:24] PETER TURI: Stichwort familiäre Belastung. Laura, wie ist das für dich? Du hast glaube ich zwei kleine Kinder zuhause und musst kreativ sein. Ist das zehrend für dich? Wünschst du dir sehnlichst, dass du die Kinder wieder gelegentlich los hast? Oder wie ist das bei dir?

[00:19:48] LAURA KARASEK: Es ist ja zweierlei: Einerseits profitieren die Kinder davon, weil mein Mann und ich viel mehr zu Hause sind und die Kinder das total genießen, dass wir mehr da sind. Auf der anderen Seite hat man ja auch jetzt schon in vielen Beiträgen gesehen und gehört, dass es für Kinder eben auch eine unterschätzte Belastung ist, dass sie sich zu wenig bewegen, dass sie zu wenig Freunde treffen. Meine Kinder vermissen natürlich ihre Freunde. Ich habe aber das große Glück, dass wir eine Kinderfrau haben, sodass ich schon arbeiten könnte. Aber man macht sich ja doch etwas vor, wenn man versucht, um 15 Uhr was zu schreiben und der Sohn oder die Tochter fragt, ob man Monopoly mitspielt. Dann ist es doch manchmal sehr schwierig, zu widerstehen und Nein zu sagen. Auch weil man natürlich denkt: Jetzt bin ich zuhause, ein Nein empfinden die Kinder als Kränkung. Bücher und Texte schreiben kann ich tatsächlich nur nachts, wenn die Kinder schlafen. So ehrlich muss ich sein. Aber ich habe ehrlich gesagt auch schon vor Corona am besten nachts geschrieben. Da halte ich es mit Udo Lindenberg, der sagte, die Angebote des Vormittags sind zumeist recht unerfreulich. So ist es auch im Kreativprozess für mich. Nachts kommt eine andere Tiefe, manchmal vielleicht auch ein Pavlov, aber ich finde, zum Schreiben ist die Nacht für mich wirklich besser geeignet.

[00:21:22] MARKUS TRANTOW: Mal eine Frage an die Herren in der Runde: Wie ist das mit euren Kindern? Wie ist es da mit der Familienzeit? Crasht die bei euch auch in die Arbeit rein?

[00:21:31] PETER TURI: Felix kommt nachher noch dran als jemand, der keine Kinder hat und sagen kann, wie die Situation der Singles oder der jungen Paare ist.

[00:21:48] MICHAEL TRAUTMANN: Also ich habe das große Glück, zwei erwachsene Söhne zu haben, die 22 und 24 sind, im Studium stecken und das wirklich vorbildlich meistern. Und die auch unfassbar kreativ sind, uns Eltern immer wieder mit Ideen anzuschubsen: Online Kartenspielen zum Beispiel ist wirklich toll. Ich habe aber viele Freunde, die Kinder im jüngeren Alter haben. Wenn du ein Kind in der ersten Klasse hast und ein Kind in der fünften Klasse im Gymnasium, bist du fulltime dabei, die Kinder irgendwie dabei zu halten. Das finde ich das eigentlich Harte, dass die Gleichberechtigung während dieses Jahres wegen Corona sowas von in die Knie geht, weil doch ein Großteil der Last eben wieder die Mütter tragen. Das finde ich schon ziemlich heftig zu beobachten. Da haben wir großes Glück, aber eben nur, weil unsere Kinder schon groß sind.

[00:22:47] PETER TURI: Ich wollte den Felix vorher fragen: Wie ist das denn mit den jungen Großstädter*innen? Das ist ja eure Zielgruppe im Wesentlichen. Du bist selber ein Großstädter. Wie ist da die Stimmung? Wie kommt ihr damit zurecht, dass die ganzen Kulturangebote fehlen, die das Leben in der Stadt ja normalerweise attraktiv machen und das Leben auf dem Land unattraktiv? Wie ist die Stimmung bei deinen Lesern, bei deiner Redaktion?

[00:23:16] FELIX DACHSEL: Also erst einmal zu der Eltern-Thematik: Ich habe ja Eltern in meinem Team. Da geht es mir darum, auch deren Situation nachzuvollziehen und dann nachsichtig zu sein, wenn nicht alles funktioniert und Freiheiten zu geben, die notwendig sind. Zu den kulturellen Angeboten in der Stadt und unserer Zielgruppe: Die Lage ist natürlich verheerend. All die Tätigkeiten, all die Gewohnheiten, all das soziale Leben, ist einfach weg. Die Clubs haben bspw. im März 2020 zugemacht und zwischendurch auch nicht aufgemacht. Das Recht auf Feiern, sozusagen das Recht auf Exzess und Genuss, sollte man nicht kleinreden und übergehen. Auch das ist etwas, was zum sozialen Leben dazugehört und wichtig ist.

[00:24:14] MARKUS TRANTOW: Unser Thema ist heute Abend: "Was hilft gegen den Kreativitätsabfall im Lockdown? Waldbaden, Zoom oder vielleicht sogar Clubhouse?" Wir diskutieren das hier bis ganz genau 20 Uhr. Und ihr, liebe Zuhörerinnen und Zuhörer, liebe Community im Publikum, seid aufgerufen, Fragen zu stellen, die Hand zu heben, wenn ihr Fragen ans an unser Podium habt. Diese Fragen bearbeiten wir gleich in ungefähr sechs Minuten. Um halb acht legen wir damit los. Wichtige Info für alle diejenigen, die sich melden möchten: Wir zeichnen diese Session hier auf und veröffentlichen Sie morgen früh als Podcast auf turi2, auf YouTube und auf den üblichen Plattformen.

[00:24:59] PETER TURI: Also wir haben ja gefragt: "Was hilft im Lockdown? Waldbaden, Zoom oder Clubhouse?" Drei Beispiele. Will jemand was zum Thema Waldbaden sagen? Wie viel bringt es uns, wenn wir so viel zuhause sitzen, auch mal rauszugehen in die Natur? Habt ihr Natur in der Nähe? Wie sieht es bei euch aus?

[00:25:20] MICHAEL TRAUTMANN: Wenn ich darf, würde ich gerne nochmal was sagen, das vor den Lösungen kommt und eine kurze Analyse machen: Was ist denn eigentlich los? Vielleicht können wir das noch einmal kurz austauschen.

[00:25:33] PETER TURI: Gerne.

[00:25:34] MICHAEL TRAUTMANN: Ich beobachte in Agenturen, sowohl den eigenen als auch befreundeten Firmen, dass Leistungsträger, die vor Corona schon mit einem hohen Einsatz aufgefallen sind, während der Krise noch mehr machen, noch mehr Jobs kriegen und zum Teil auszubrennen drohen. Leute, die vielleicht ein bisschen stiller sind, sich zurückziehen, sich in Zoom-Calls auch häufiger ohne Bild zeigen und dann auch weniger leisten und noch einsamer werden. Damit einher geht der Effekt, dass das Spektrum im Büro größer wird. Das ist eine Analyse, die mich sehr geschockt hat, als ich sie von verschiedenen Leuten gehört habe. Das finde

ich nochmal wichtig zu hinterfragen: Was sind denn die Probleme? Ist es nur das Problem, dass wir nicht für uns riechen, sehen, schmecken? Was sind die Folgen davon?

[00:26:37] PETER TURI: Also deine These wäre, dass der Team-Geist leidet?

[00:26:43] MICHAEL TRAUTMANN: Die These ist ganz einfach, dass es zu noch größeren Verschiebungen kommt, was die Belastung und Vereinsamung angeht. Also alle Effekte, die im Büro auftreten und nicht so toll sind, werden durch diese Situation noch verstärkt.

[00:27:00] PETER TURI: Okay, der Thomas wollte was dazu sagen.

[00:27:01] THOMAS KNÜWER: Michael, komplette Zustimmung, sehe ich genauso. Bei uns ist natürlich ein bisschen was anders. Wir sind zwölf Leute, das ist ein kleines Team, da kann sich sowieso keiner verstecken. Das würde auch nicht zur Unternehmenskultur passen. Aber es ist tatsächlich das, was ich sowohl von befreundeten Dienstleistern höre, aber auch bei Kunden durchaus beobachte: Diejenigen, die High-Performer sind, werden jetzt Highest Performer und denjenigen, die eher mitlaufen, fällt es einfacher, sich so ein bisschen zu verstecken.

[00:27:35] GABRIELE HÄSSIG: Ich glaube, wir müssen die Frage, die der Michael aufgeführt hat, auf zwei Ebenen beantworten. Die eine ist: Wie geht's dem Team und wie geht's einem selber? Fangen wir mal mit dem Team an: Bei uns haben wir auch Menschen, die das letzte Jahr alles gegeben haben. Im Januar haben wir von denen das Feedback bekommen, dass die Pause über Weihnachten echt gut getan hat, man sich aber nicht so erholt fühlt wie sonst - einfach weil dieses Abspannen und die Freude auf das neue Jahr einfach ganz, ganz anders war. Das haben wir auch aufgegriffen. Letztes Jahr haben wir schon viel zum Thema Achtsamkeit gemacht und Tipps gegeben. Im Januar haben wir noch einen weiteren Schritt gemacht, der sichtbar ist und ermuntern soll: Die Zeit zwischen 12 und 13.30 Uhr gestalten wir als Meeting-freie Zeit, sodass jeder die Chance hat, entweder etwas ordentlich fertig zu arbeiten, was zu essen kochen, mit den Kindern rauszugehen oder Sport zu machen, etc. So muss nicht alles auf die späten und dunklen Abendstunden verschoben werden. Dadurch wollen wir unsere Leute ermuntern, in sich selber reinzugehen und zuzuhören. Burnout passiert ja nicht einfach schlagartig, sondern ist ein Prozess. Dem wollen wir vorbeugen.

[00:29:44] PETER TURI: Felix, wie arbeitet ihr in der Redaktion jetzt zusammen und wie kannst du aufpassen, dass keiner abgehängt wird?

[00:29:52] FELIX DACHSEL: Wir sind tatsächlich seit März durchgängig im Home-Office. Nur wenn es vereinzelt wirklich nötig war, ist jemand ins Büro gegangen. Das ist jetzt bald ein Jahr her. Man sieht das Menschen manchmal nicht sofort an, dass es ihnen nicht gut geht, wenn man sich nur zu digitalen Konferenzen trifft. Das kann man im direkten, analogen Kontakt vielleicht durch Gesten und Verhalten leichter sehen. Das heißt, es geht umso mehr darum, auf die Stimmung der Mitarbeiter zu achten und auch darauf einzugehen. Und man kann auch weniger einfach mal Nonsense reden. Das, was in Büros ja relativ viel passiert, macht man digital nicht, weil man sehr funktional arbeitet und sehr zielgerichtet kommuniziert, d.h. man sollte auch mal Raum schaffen, einfach Quatsch zu reden.

[00:30:58] FELIX DACHSEL: Wie viele Leute seid ihr in der Redaktion, Felix, und wie viele von denen sind gefährdet, in eine Depression abzurutschen?

[00:31:06] FELIX DACHSEL: Also das ist eine schwierige Prognose, finde ich. Ich will jetzt ungerne über den konkret über den seelischen Zustand meiner Kolleginnen und Kollegen sprechen. Ich denke, wir kriegen das alle ganz gut hin. Aber wir müssen auch akzeptieren, wenn mal jemand nicht so produktiv ist, wie sonst. Wir sind als Vice Deutschland insgesamt 70 Kolleginnen und

Kollegen im Berliner Büro. Nur ganz wenige gehen bedingt durch ihre Tätigkeit auch ins Büro. Alle anderen sind durch unterschiedliche Formate, Konferenzen und Meetings miteinander digital verknüpft.

[00:31:46] PETER TURI: Laura, wie machst du das denn? Du bist ja Freie, bist bei verschiedenen Sendern und Verlagen aktiv. Du musst ja dein Netzwerk aufrechterhalten. Wie machst du das in digitalen Zeiten?

[00:32:08] LAURA KARASEK: Ich bin traurigerweise sehr aktiv auf Instagram und Clubhouse. Nach meinen ersten Clubhouse-Talks hatte ich Glücksgefühle, weil ich es nicht mehr als gewöhnlich empfunden habe, mit so vielen Menschen zu sprechen und mich auszutauschen. Mit einigen Leuten habe ich dann Nummern ausgetauscht und es ist so eine Art Brieffreundschaft entstanden. Mit manchen bleibt man dann in Kontakt. Es ist natürlich immer ein Segen, wenn man reden kann. Also das ist immer so der Ausgleich zum Schreiben, was ja doch grundsätzlich auch ohne Lockdown eine sehr einsame Tätigkeit ist, war und auch immer sein wird. Du kannst kein Buch schreiben, wenn du es nicht aushältst, mit dir und deinem Kopf sehr lange alleine zu sein.

[00:33:16] PETER TURI: Das wäre schon die These von dir, dass Clubhouse gegen Einsamkeit hilft, Laura?

[00:33:24] LAURA KARASEK: Ich glaube, alles hilft ehrlich gesagt. Ich führe manchmal schon Selbstgespräche, was mir persönlich hilft. Ich habe jetzt auch angefangen, in meinem Wohnzimmer, aber auch schon in diversen Hotelzimmern, laute Musik anzumachen und zu tanzen. Das macht mich glücklich, Musik hilft mir unheimlich. Total belanglos, aber ist so.

[00:33:58] MARKUS TRANTOW: 19.33 Uhr haben wir es. Wir sind auf der Halbzeit schon ein bisschen drüber hinweg im turi2 Clubraum am Montagabend und wir diskutieren über das Thema "Was hilft gegen den Kreativitätsabfall im Lockdown?" Ab jetzt nehmen wir gerne eure Fragen und eure Kommentare entgegen. Ihr könnt hier fleißig die Hände heben und dann kommt ihr nach und nach ran. Noch eine wichtige Info dazu: Wir zeichnen das hier für den turi2 Podcast auf, der morgen veröffentlicht wird. Wer auf die Bühne kommt, erklärt sich damit einverstanden.

[00:34:27] MICHAEL TRAUTMANN: Ich habe so drei Hacks, die ich in den letzten Wochen Monaten entweder gehört oder selber ausprobiert habe. Ganz besonders bewegt und berührt hat mich mein Podcast-Partner Kristof Magnusson. Der hat 35 Kolleginnen und Kollegen, die in zehn unterschiedlichen Städten in Deutschland wohnen und ist mit jedem einzelnen zwei Stunden spazieren gegangen. Das finde ich absolut nachahmenswert. Dann gibt es etwas, das nennt sich Skip Level Kommunikation, was die amerikanischen Plattform gut beherrschen. Das heißt, du redest mit denen einzeln Leuten, um zu zeigen: Ich bin da. Ich rede mit euch. Ich will hören, wo ihr steht. Der dritte Punkt ist das Aufnehmen von Podcasts, was mir einen Energieschub gibt. Wenn Manager und Hilfskräfte mit ihren Mitarbeitern und Mitarbeitern sprechen würden, wie mit einem Podcast-Gast, würde das auch wahnsinnig helfen. Also wirklich nur fragen, nur interessiert sein und nicht warten, bis man wieder selber sprechen kann. Das verwechseln ja viele.

[00:36:07] PETER TURI: Ja, wir hatten ja auch den Tipp von Tietjen und anderen, das Clubhouse eigentlich besonders gut ist fürs Zuhören, nicht so sehr fürs Reden. Kannst du dir vorstellen, Michael, dass ihr euren Podcast künftig gelegentlich oder generell ins Clubhouse verlegt, um somit eine Live-Anbindung zu euren Zuhörern zu haben? Das ist ja technisch gesehen eine smarte Variante.

[00:36:30] MICHAEL TRAUTMANN: Wir haben gesagt, wir wollen den Podcast erstmal so lassen wie er ist. Aber wir machen was auf Clubhouse quasi immer drei Tage nach Ausstrahlung. Heute erschien z.B. die Folge 249 mit Adrian Locher, ein ganz toller KI-Mensch. Den holen wir dann am

Mittwochmittag um 12 Uhr ins Clubhouse, um mit ihm und unserer Zielgruppe über die Folge zu diskutieren. Das finden wir im Moment interessant und machen das vorerst 10 Folgen lang. Vielleicht werden wir den Podcast dann aber auch irgendwann live über Clubhouse machen wie turi2. Finde ich beides okay.

[00:37:02] PETER TURI: Da muss ich sofort nachfragen. Das heißt, eure 250. Folge kommt demnächst. Das ist ja ein Riesen-Jubiläum, was macht ihr denn da? Du hast jetzt die Chance, ein bisschen Werbung dafür zu machen.

[00:37:10] MICHAEL TRAUTMANN: Wir hatten für die 250. Folge eigentlich einen herausragenden deutschen Unternehmer, der hat aber leider kurzfristig absagen müssen. Jetzt haben wir aber auch einen wirklich tollen Gast. Wer das ist, verrate ich noch nicht. Aber es wird jetzt auch nichts Besonderes. Es gibt Millionen von Podcast, die haben alle irgendwann mal die 250. Folge erreicht. Also so groß feiern wir das jetzt nicht.

[00:37:37] PETER TURI: Gib trotzdem die Info rüber, wenn du sie hast, dann veröffentlichen wir sie auf turi2. Da lesen ein paar Leute mit, die deine Stammhörer sind. Jetzt ist Markus dran.

[00:37:48] MARKUS TRANTOW: Jetzt geht es um die Zuhörer*innen-Fragen. Jessica hat sich gemeldet und ich habe sie gerade auf die Bühne geholt. Deine Frage an unser Podium bitte.

[00:38:18] JESSICA: Guten Abend in die Runde. Ich bin Jessica, Mitinhaberin der Agentur Reinboldrost, wir machen Shopper Activation. Ich habe tatsächlich eine Frage in Richtung Brainstorming in Corona-Zeiten über Video: Vielleicht habt ihr Tipps in Sachen Tools oder Mechaniken, die sich für Brainstormings in der Runde mit drei bis fünf Kreativen besonders gut eignen. Klar, jeder kennt Miro. Gibt es vielleicht abseits davon noch irgendwie Tipps und Kniffe, mit denen man diesen Spirit und die Kreativität im Video-Calls beibehalten kann, ohne die Leute in ein Büro setzen zu müssen?

[00:39:02] MARKUS TRANTOW: Danke für deine Frage, Jessica. Jetzt hatte Michael sich gerade schon wieder gemeldet. Aber wenn noch jemand anderes Ideen hat, noch jemand anders Antworten auf das Thema, dann bitte gerne. Ihr könnt auch signalisieren, dass ihr reden wollt, indem ihr euer Mikrofon kurz hintereinander an oder ausmacht. Das signalisiert mir dann, dass das ihr einen Beitrag habt.

[00:39:28] THOMAS KNÜWER: Ich würde eher kein zusätzliches Tool dazunehmen, sondern jemanden mitschreiben lassen und stattdessen lieber den Fokus auf die Gesichter in der Video-Konferenz richten. Denn in dem Moment, in dem ein Tool da auftaucht, nimmt es natürlich auch den Bildschirm weg. Meine subjektive Beobachtung ist, dass das Tool dann im Vordergrund steht und die ganze Sache ein bisschen bremst.

[00:40:27] MICHAEL TRAUTMANN: Thomas hat den richtigen Punkt. Ich finde es super wichtig, dass die Leute sich sehen. Ein Kristof-Magnusson-Hack ist: Jeder Mitarbeiter hat eine 4K-Kamera, eine Top-Ausstattung, dass es so aussieht, als wenn die zuhause in ihrer eigenen Netflix-Doku sitzen. Zweiter Punkt: Von den ganzen Collaboration-Tools ist Miro unserer Ansicht nach das beste, weil man da eine Video-Funktion hat. Dort kann man alle Kreativ-Techniken wie Brainstormen anwenden und sich trotzdem sehen.

[00:41:09] MARKUS TRANTOW: Gabi, du hattest dich noch eingeschaltet.

[00:41:11] GABRIELE HÄSSIG: Genau, zum Thema, was es noch außer Tools braucht. Wir brauchen halt auch genug Input. Für uns ist der Input von den Menschen, den Konsumenten, ganz wichtig. Wir haben gelernt, dass Marktforschung echt gut online geht. Hätte ich nicht gedacht, aber

wir machen komplette Hausbesuche und Gespräche mit Online-Tools. Das ist für uns auch ein ganz wichtiger Aspekt, mit den Menschen in Kontakt zu bleiben. Und das geht besser, als man gemeinhin so glaubt.

[00:41:46] MARKUS TRANTOW: Das ist ohnehin eine spannende Frage. Wie kommt ihr in diesen Zeiten an eure Zielgruppe heran? Vielleicht auch an Felix die Frage: Wie haltet ihr Kontakt zur Zielgruppe, wenn ihr selbst im Home-Office seid?

[00:42:02] FELIX DACHSEL: Natürlich wie auf den üblichen Wegen sonst auch, relativ viel Interaktion über findet z.B. über Instagram statt. Das nimmt jetzt nochmal zu, weil die Leute deutlich länger an allen Geräten hängen. Wir kriegen auch relativ viele Nachfragen, auf die wir natürlich nicht alle antworten können. Wir können nicht auf jedes Problem angemessen reagieren, weil wir teilweise auch nicht die Profis sind, die man dafür braucht. Aber wir können zumindest sagen, wohin sich jemand wenden kann. Da merken wir auf jeden Fall deutlich mehr Interaktion und mehr Gesprächsbedarf als in normalen Zeiten.

[00:42:48] PETER TURI: Nutzt ihr für den Kontakt zu eurer Zielgruppe auch Clubhouse, Felix? Macht ihr irgendwelche Räume auf? Danach die Frage an die anderen aus der Runde: Habt ihr schon irgendwelche Projekte im Clubhouse?

[00:43:02] FELIX DACHSEL: Kann ich schnell beantworten: Nein. Wir haben auch relativ schnell den Artikel gehabt, der gesagt hat, warum man sich dort nicht anmelden soll, das heißt, ich mache das hier gerade gegen den redaktionellen Rat.

[00:43:11] PETER TURI: Warum nicht?

[00:43:13] FELIX DACHSEL: Naja, es gibt Beispiele aus den USA von Hate-Speech, die bei Clubhouse nicht gefiltert wurde und der Datenschutz ist problematisch. Ein freier Tech-Spezialist von uns hat einen sehr überzeugenden Artikel dazu geschrieben. Aber jede Plattform hat so ihre Ambivalenz, denke ich.

[00:43:54] DÖRTE SPENGLER-AHRENS: Also ich war gerne heute dabei und wir haben sowas schonmal auch für einen Kunden gemacht. Jeder macht das, wie er mag. Es gibt keine Stallorder. Wir finden es spannend, weil wir immer alles, was ist, wissen müssen. Mein Ex-Chef hat mal gesagt: Guck, was alle gucken, mach, was alle machen. Das gilt immer noch, auch hier. Also wer von euch hat vor vielen Jahren zum ersten Mal schüchtern seinen ersten Facebook-Account aufgemacht? Verrückt! Oder Instagram, WhatsApp oder TikTok? Eine 55-jährige Kundin von mir ist nur noch auf TikTok. Jeder muss alles machen. Insofern ist das spannend, es ist ein Experimentierfeld. Es gibt aber keine Haltung overall dazu.

[00:44:50] PETER TURI: Kannst du was erzählen zu dem einen Clubhouse-Case, den ihr hattet?

[00:44:55] DÖRTE SPENGLER-AHRENS: Ja, das ist kein Geheimnis. Das war mit dem Kunden Share Now.

[00:45:00] PETER TURI: Ein sehr empfehlenswertes Branchenmagazin...

[00:45:04] DÖRTE SPENGLER-AHRENS: Genau und es war halt wichtig für den Kunden, First Mover zu sein. Das war spannend, hat Spaß gemacht und es wurde darüber berichtet.

[00:45:19] THOMAS KNÜWER: Also wir haben noch kein Kunden-Projekt. Aber Clubhouse ist eine absolute Anomalie, die mich geradezu geschockt hat. Bevor wir irgendeine Reaktion dazu machen konnten, haben mich schon zwei Kund*innen zu Clubhouse angefunkelt und mich gefragt,

was ich davon halte. Und das waren konservative Unternehmen. Das hat mich wirklich geschockt, weil ich das so in den in den jetzt zwölf Jahren Selbstständigkeit noch nie erlebt habe. Es ist zum ersten Mal in Deutschland, dass eine digitale Plattform einschlägt und nicht nur die digital Irren sich da tummeln, sondern auch Menschen, die gar nicht so hyper digital unterwegs sind.

[00:46:24] PETER TURI: Hast du eine Erklärung dafür?

[00:46:27] THOMAS KNÜWER: Es ist barrierearm. Man kann relativ schnell mit dabei sein. Man hat natürlich das trügerische Gefühl, dass das ja alles total locker ist und nichts stehen bleibt. Dass das nicht so ist, hat ein gewisser Ministerpräsident auch schon mitbekommen. Aber es ist natürlich sehr, sehr einfach, da reinzukommen und einfach auch passiv mit dabei zu sein. Wenn man auf einer normalen Social-Media-Plattform unterwegs ist, ist das passive Dabeisein irgendwie ein komisches Gefühl. Bei Clubhouse kann man auch einfach nur zuhören und gucken und muss nicht aktiv irgendwas machen, ohne dass es komisch wirkt. Also ein leeres Instagram-Profil wirkt komisch und deshalb glaube ich, sind da sehr viele angetriggert, die sonst digital nicht unterwegs sind.

[00:47:11] PETER TURI: Dann frage ich in die Runde: Wer glaubt, das Clubhouse ein Dauer-Erfolg wird und wenn es ein Erfolg wird, wer wird disruptiert? Vielleicht die Kongress-Veranstalter, die klassischen Podcast?

[00:47:23] MICHAEL TRAUTMANN: Ich glaube, wir werden noch ganz viele spannende Sachen sehen. Wir wollen z.B. bei unserem neuen Buch zu jedem Kapitel eine Clubhouse-Session machen und einfach mit Leuten darüber diskutieren. Es gibt auch Schwachsinnigkeiten. Also der Raum der stillen Vernetzer ist noch okay, aber beim Raum der stillen Vernetzer der stillen Vernetzer wird's dann irgendwie komisch. Wenn einige Leute fünf Clubhouse-Sendungen am Tag machen, muss ich mich auch fragen, ob das jetzt ein großer Prank ist. Also das ist schon super schräg. Du hattest noch danach gefragt, wer disruptiert wird. Letztendlich wird nicht immer jemand disruptiert, glaube ich. Es gibt immer noch Radio und das ist durch Podcast nicht uninteressanter, sondern spannender geworden. Radio zeigt auch, dass man Podcasts auch noch geiler machen kann, wenn man Radio kann. Das muss man ja wirklich neidlos anerkennen. Ich glaube, Clubhouse ist kein Medium was disruptiert, sondern das sich ergänzt. Die Leute werden irgendwann auch wieder an der Kaffeeküche ihren Talk haben und gerne auf Konferenzen gehen. In der Größenordnung schätze ich Clubhouse auf dem Level von Twitter und Pinterest an, wenn es super läuft und das ist doch schön, wenn man dann noch sowas hat.

[00:49:11] PETER TURI: Meine These wäre allerdings, dass Twitter einer der Verlierer ist vom Clubhouse-Boom. Ich finde, bei Twitter ist nicht mehr viel los, das sehe ich auch bei mir selber. Die Zeit, in der ich sonst zwischendrin mal bei Twitter geguckt habe, höre ich jetzt bei Clubhouse rein. Ist die Erfahrung ähnlich bei Ibo, der grade hier den Raum betreten hat? Ibo, willst du was zu sagen?

[00:49:32] IBO: Ja, sehr gerne. Herzlichen Dank, Peter, dass du mich hochgeholt hast. Vielen herzlichen Dank auch für die tollen Anmerkungen der Kollegen. Ich empfinde Clubhouse mittlerweile als einer der zentralen Plattformen überhaupt im Social Media. Ich bemerke bei mir selbst, dass ich fast alle anderen Social-Media-Kanäle vernachlässigt habe. Erstaunlicherweise arbeitet Clubhouse sehr gut mit Instagram. In Instagram habe ich, obwohl ich kaum was poste, in den letzten Tagen knapp 200-300 Follower gewonnen - nur, weil ich im Clubhouse ab und zu aktiv bin. Man redet über Clubhouse und schreibt über Instagram. Ich habe beispielsweise bei jemanden reingehört, der lange geredet hat und den ich zunächst auch kritisiert habe. Aber die Art und Weise, wie die sich untereinander helfen, das hab ich noch nie in Social Media erlebt. Das zweite tolle Erlebnis: Da waren einige Frauen, die gesagt haben, dass sie es fantastisch finden, dass sie sich nicht mehr schön machen müssen und neben dem Netzwerken in Jogginghosen Kuchen essen können. Man kann erst einmal richtig wirken, das ist das Tolle. Dritter und letzter Punkt ist, dass

man bei Clubhouse gut über komplexere Themen sprechen kann, z.B. über die Frage, ob Spiritualität in die Unternehmen gehört. Wenn ich das posten würde bei Linked-in, wäre da direkt Action. Bei Clubhouse kann ich zum ersten Mal auch richtig dagegenhalten oder mitreden und überzeugen. Das ist schon eine tolle Sache. Da bewegt sich gerade enorm was. Wir dürfen das in keinster Weise verpassen. Clubhouse ist erst der Anfang. Die anderen werden nachziehen.

[00:51:34] PETER TURI: Das heißt, du meinst, dass sich das Prinzip Hör-Räume - also Konferenz- oder Seminar-Gespräche nur mit den Ohren, in Jogginghosen und vom Sofa aus - mehr und mehr durchsetzt?

[00:51:48] IBO: Ich bin fest davon überzeugt, dass die Stimme was mit einem macht. Die Stimme ist so mächtig, die Stimme kann auch sympathischer wirken lassen. Manche Leute sind auch nicht fotogen, trauen sich nicht vor irgendwelchen Kameras oder gar auf die Bühne. Aber zuhause sich ganz relaxt auf die Stimme konzentrieren, die Stimme laufen lassen, das ist sehr natürlich. Und das ist auch menschlich. Wir wollen reden. Wir haben so viel Stau, viel zu sagen. Viele Leute haben einfach nicht genug reden können die letzten Zeit. Und das ist natürlich bei Clubhouse fantastisch. Da lässt man gerne mal auch Zeit her. Ich bin nur gespannt, was passiert, wenn mal die Android-Leute kommen.

[00:52:37] PETER TURI: Hat einer eine These zu Android? Android steht ja dafür, dass Clubhouse sich demokratisiert, also dass jedermann, jederfrau reinkommt. Wird das was verändern am Clubhouse, was meint ihr?

[00:52:50] THOMAS KNÜWER: Im Moment ist es so, dass jeder Clubhouse-Talk damit endet, dass man über Clubhouse redet. Ich glaube es wird etwas verändern, aber man sollte auf einem Auge offen bleiben. Es gibt einen deutschen Klon namens Dive. Die technische Infrastruktur gehört Dive - im Gegensatz zu Clubhouse, das auf einem chinesischen Produkt basiert. Die Jungs von Dive haben sehr, sehr schnell ein Produkt auf die Beine gestellt, das auf Dauer DSGVO-konform werden soll. Das ist die größte Konkurrenz, die Clubhouse drohen könnte - und sie kommt aus Deutschland.

[00:53:36] PETER TURI: Das ist jetzt aber kein Kunde von dir, Thomas?

[00:53:39] THOMAS KNÜWER: Nein.

[00:53:40] PETER TURI: Okay, du hast darauf hingewiesen: nicht bei Clubhouse immer über Clubhouse reden. Wir haben auch noch andere Themen. Markus, wir sind auf der Zielgeraden. Dein Part.

[00:53:52] MARKUS TRANTOW: Mein Learning aus dieser Runde ist das, was Gabi vorhin gesagt hat. Und zwar, dass sie ihren Mitarbeiter zwischen 12 und 13.30 Uhr Zeit für sich gibt. Die einen wollen was zu Ende arbeiten, die anderen mit den Kindern kochen, die nächsten wollen einfach nur rausgehen. Das ist so ein Ding, das ich in den letzten Monaten nur sehr wenig geschafft habe. Und das ist ein gutes Ding, das ich mir mal vornehmen werde. Also mittags, wenn die Sonne am höchsten steht, Kreativität tanken, indem man rausgeht oder indem man in dieser Zeit ein bisschen was für sich tut. Das ist ein ganz toller Punkt, den ich jetzt aus dieser Runde mitnehme.

[00:54:32] PETER TURI: Mache ich auch schon lange. Immer wenn die Sonne scheint, gehe ich raus. Deswegen bin ich seit zwei Wochen nur in der Bude und im Clubhouse.

[00:54:39] MARKUS TRANTOW: Sehr schön. Peter, was hast du gelernt? Was nimmst du mit aus dieser Runde?

[00:54:45] PETER TURI: Also ich kann noch nichts konkret sagen. Ich muss es mir glaub ich

morgen nochmal anhören. Ich bin sehr konzentriert darauf zu achten, dass jeder zu Wort kommt. Ich bin wirklich nicht in der Lage, jetzt hier sofort zu sagen, was hier alles geredet wurde.

[00:55:04] MARKUS TRANTOW: Wollen wir mal in Richtung unserer Schlussrunde gehen? Denn nächsten Montag diskutieren wir hier auf Clubhouse die nächste Frage. Da geht's dann um Social Media. Welches Netzwerk ist das Angesagteste? Deshalb würde ich gerne von unseren Podiumsteilnehmer wissen, welches Social Network inspiriert euch und wer ist der krasseste Kopf?

[00:55:29] PETER TURI: Eines noch dazu: Nächste Woche moderiert an meiner Stelle die Eli, Elisabeth Neuhaus. Sie ist immer dabei, sie versteckt sich aber im Moment hinter dem turi2-Logo. Wenn man als Firma in Clubhouse reingeht, muss man ein Handy nehmen und da haben wir das Handy von Eli genommen. Wenn sie was sagen will, ich weiß nicht, dann kann sie jetzt auch mal "Hallo" sagen. Nächste Woche mit Moderatorin Elli. Ich hab dann frei, weil da hab ich Hochzeitstag. Da bin ich raus.

[00:55:56] ELISABETH NEUHAUS: Ich sage Hallo und bis nächste Woche! Und klinge mich auch sofort wieder aus, mach mein Mikro an der Stelle wieder aus. Bis dahin.

[00:56:04] PETER TURI: Schade eigentlich.

[00:56:05] MARKUS TRANTOW: Also nochmal die Frage in die Runde: Welches soziale Netzwerk inspiriert euch? Welches ist das Angesagteste? Und wer ist der krasseste Kopf?

[00:56:13] THOMAS KNÜWER: Das höchste Maß an Kreativität ist zurzeit glaube ich bei TikTok zu finden. Nochmal: Die goldenen Blogger sind ein riesiges Ding geworden und wir haben jetzt einen Überblick von all diesen Vorschlägen. Was da auf TikTok passiert, ist einfach wahnsinnig gut. Ich möchte aber auch sagen: Blogs werden in der öffentliche Wahrnehmung in Deutschland weiter vernachlässigt, da gibt es auch tolle Sachen. Den krassesten Macher möchte ich jetzt ehrlich gesagt nicht sagen, weil das wären alles Namen, die wir eventuell auf die Shortlist bei den goldenen Bloggern setzen, die wir im März veröffentlichen werden.

[00:56:54] MARKUS TRANTOW: Gabi, welche Rolle spielt Social Media bei dir und welches Netz findest du das Angesagteste?

[00:57:01] GABRIELE HÄSSIG: Erstmal finde ich Abwechslung ganz wichtig, um sicherzugehen, dass ich nicht in meiner eigenen Blase bin. Also ich höre ganz bewusst auch mal was Neues, was anderes und lass mich da breit inspirieren. Deswegen mag ich auch Twitter wahnsinnig gerne und versuche auch immer wieder neuen Leuten zu folgen, damit ich nicht einfach bestätigt werde von dem, was ich ohnehin schon glaube. Ich weiß, ich höre mir auch gerne zu und da geht es mir wie allen. Aber das ist gerade im Moment so wichtig, dass man rauskommt. Deswegen bin ich auch heute Abend gerne dabei, weil ich mit neuen Menschen spreche und viele neue kennenlerne. Auf der anderen Seite hab ich auch ganz viele neue Podcasts kennengelernt. Da habe ich das Glück, dass meine erwachsenen Jungs öfters zu Hause sind und ich mir anhöre, was sie anhören. Nicht alles, aber manches davon.

[00:58:02] PETER TURI: Was ist dein Lieblings-Podcast, Gabi?

[00:58:04] GABRIELE HÄSSIG: Ach, da gibt's wirklich viele. Also "FAZ Digitech" mag ich wahnsinnig gerne, "Hotel Matze" finde ich auch großartig. Ich weiß, das ist nicht originell, aber wirklich gut.

[00:58:18] MARKUS TRANTOW: Uns läuft die Zeit ein bisschen davon. Von Michael bitte eine kurze Antwort: Wie ist es bei dir?

[00:58:21] MICHAEL TRAUTMANN: Für mich ist das wichtigste Netzwerk Linked-in. Das ist nicht crazy. Da habe ich die größte Vernetzung in die weite Welt und für mich gibt's da ein paar Menschen, die mich wahnsinnig inspirieren. Der, der mich seit Jahren am meisten inspiriert, ist Adam Grant, ein Organisations-Psychologe aus den USA, der viele tolle Bücher geschrieben hat und der mich in letzten Jahren immer wieder aus meiner Komfortzone geholt hat.

[00:58:45] MARKUS TRANTOW: Felix, wie sieht es bei den Jungen Wilden und Social-Media aus? Wo holen die ihre Inspiration her?

[00:58:49] FELIX DACHSEL: Ich will, nachdem ich vorhin schon mal die negative Seite und die vielleicht kritikwürdige Seite Clubhouse erwähnt habe, auch noch einen positiven Tipp geben. Martin Kaul ist ein wahnsinnig guter Moderator im Clubhouse und ich glaube, die Frage, ob die Gespräche gut laufen oder nicht, hängt sehr an Moderations-Fähigkeiten und Martin Kaul macht das super. Also wenn ihr die Gelegenheit hat. Hört mal rein bei einem Gespräch, das er moderiert.

[00:59:14] MARKUS TRANTOW: Der freut sich jetzt hoffentlich über viele neue Follower. Dörte, Social Media und du.

[00:59:21] DÖRTE SPENGLER-AHRENS: Also ich habe es schon genannt. Natürlich ist Clubhouse der heiße Scheiß. TikTok ist auch sehr sehr spannend. Instagram ist cool. Ich bin sehr tief in die Welt der YouTuber eingestiegen, habe da völlig neue Netz-Verflechtungen und Fanchaften kennengelernt. Durch einen 18-jährigen Sohn kriegst du natürlich eine Druck-Betankung. Das gute, alte YouTube mit all seinen untereinander verflochtenen Netzwerken und Reaction-Videos. Sehr erhellend, sehr eigen und sehr spannend.

[01:00:04] MARKUS TRANTOW: Danke, Dörte und last but not least - Laura.

[01:00:09] LAURA KARASEK: Dafür, dass ich bei Instagram so aktiv bin, bin ich noch recht erfolglos, aber für mich ist Instagram tatsächlich Fluch und Segen. Genauso auch ein bisschen wie Clubhouse. Man hat immer ein bisschen ein schlechtes Gewissen, weil man ja doch viel Zeit darauf verbringt. Andererseits gibt es mir tatsächlich Inspiration, hier zuzuhören. Und wenn man guten Comedians und Schriftstellerinnen bei Instagram folgt, ist da durchaus sehr anregend. Ganz früher war ich auf MySpace, ich glaube, das ist jetzt tot. Es gab auch mal ASmallWorld, das war ähnlich wie Clubhouse nur mit Einladung. Diese Dinger sind vorbei. Aber selbst an die erinnere ich mich noch. Bei TikTok bin ich raus, ich kann keine Videos drehen. Ich finde, Instagram wird oft Unrecht getan. Dennoch muss man auch da aufpassen, dass man nicht in seiner Blase bleibt. Dass man Leuten vielleicht mal entfolgt, wenn man merkt, dass sie einem nicht gut tun und die Leute verfolgt, die einen klugen neuen Denkanstoß geben und vielleicht nicht genau so denken wie man selber.

[01:01:14] PETER TURI: Markus, das Schlusswort.

[01:01:15] MARKUS TRANTOW: Ich würde jetzt gerne noch darauf hinweisen, dass wir auf Clubhouse diese Woche noch was machen. Peter, du hast ein neues Projekt zusammen mit Richard Gutjahr. Erzähl ganz kurz was darüber.

[01:01:29] PETER TURI: Ach so, das meinst du, ja. Am Donnerstag treffen sich Richard Gutjahr und ich zum Podcast ohne Namen und Konzept. Das ist der Name und das Konzept. Klingt komisch, ist aber so. Donnerstag, 19 Uhr: Richard Gutjahr, Peter Turi - "Der Podcast ohne Namen und Konzept", ohne Konzept, ohne Namen. Zumindest zum Start.

[01:01:51] MARKUS TRANTOW: Ich bin schon gespannt. Das war unsere Runde zum Thema "Kreativität im Lockdown". Ich sage ganz herzlichen Dank an Dörte Spengler-Ahrens, an Thomas

Knüwer, an Laura Karasek, Michael Trautmann, Gabriele Hässig und Felix Daxner. Toll, dass ihr alle mit dabei wart und euch eingebracht habt. Ab morgen gibt es diese Clubhouse-Session als Podcast auf turi2.de, auf YouTube und auf den Podcast-Plattformen. Außerdem schreiben wir das Ganze auch noch ab und machen ein Transkript dieses Talks. In zwei Tagen, und zwar am Mittwoch ebenfalls um 19 Uhr, laden wir wieder ein. Dann allerdings nicht hier auf Clubhouse, sondern da geht es dann direkt auf turi2.de und auf unserem YouTube-Kanal los mit unserem Video-Clubabend mit Kai Diekmann. Der Mann, der "Bild" war, meldet sich live aus dem Maschinenraum seiner Storymachine in Berlin, stellt sich den Fragen von Peter und denen der turi2-Community. Ihr könnt per E-Mail an clubhouse@turi2.de Fragen einreichen. Ich würde mich freuen, wenn wir uns alle wieder sehen und hören. Bis dahin einen schönen Abend. Macht's gut.

[01:02:59] PETER TURI: Ich muss noch was sagen, Markus, du hast dich vertan. Die E-Mail geht an clubabend@turi2.de. Ist aber auch schwierig bei den vielen Clubs. Ihr könnt es aber auch an post@turi2.de mailen - und ihr könnt Audio und Video machen. Fragen gerne als Video einreichen, weil wir mit Kai Diekmann dann wieder auf der Video-Schiene unterwegs sind. Wir wollen ja nicht alleine hier auf ein Konzept setzen, sondern das Club-Konzept auf allen Schienen spielen. Ich bedanke mich auch bei allen, die dabei waren. Ich muss jetzt auch weg zur Zoom-Geburtstagsparty. Ich hoffe, euch hat es ein bisschen Spaß gemacht. Mir schon. Tschüss.

[01:03:38] MARKUS TRANTOW: Vielen Dank, Peter. Vielen Dank an die Runde.

[01:03:48] SPRECHER: Turi2 Podcast. Abonnieren Sie uns unter turi2.de/podcast sowie bei Spotify, iTunes, Deezer und AudioNow.