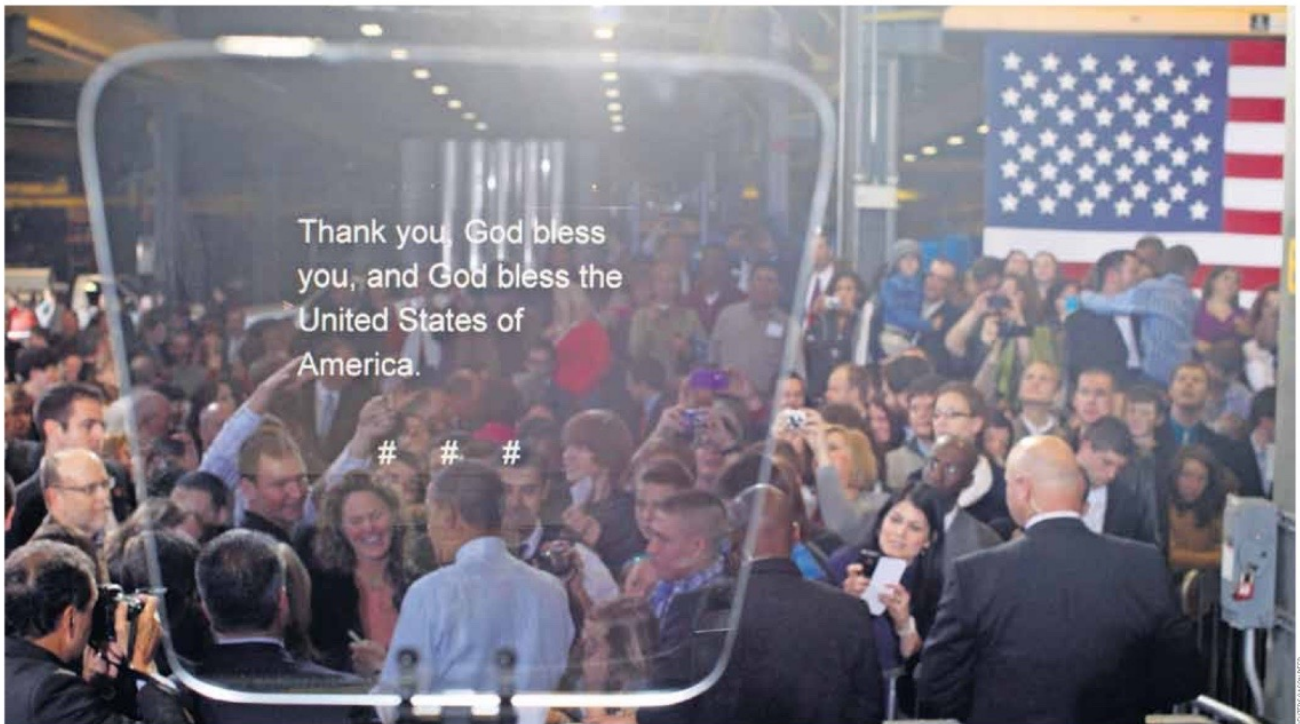


Reden-Schreiben ist Gold

Auftritt Top-Manager heuern zunehmend professionelle Redenschreiber an. Sie sollen mitreissend formulieren – und kassieren Spitzenhonorare.



Diskrete Hilfe für Politiker und Manager: Externe Redenschreiber sorgen für die richtigen Worte auf dem Teleprompter.

SARAH SOMMER

US-Präsident Barack Obama übt im Weissen Haus eine Rede. Die Ansprache ist wichtig, es geht um die umstrittene Gesundheitsreform. Der mächtigste Mann der Welt ist angespannt. Er zappelt vor dem Spiegel, schneidet Grimassen, stolpert über den Text. Das Smartphone-Video, das den Präsidenten beim Einüben seiner Rede zeigt, wurde im Frühjahr beim Newsportal «BuzzFeed» millionenfach angeklickt und verbreitete sich in kürzester Zeit weltweit.

Selbstverständlich nimmt sich Obama mit dem Video selbst auf den Arm – er will mit dem Spot im Internet Werbung für seine Gesundheitsreform machen. Er kann sich den Scherz auf seine Kosten leisten, denn seine Qualitäten als Redner sind unbestritten. Dabei ist er sogar selbstbewusst genug, zuzugeben: Die genialen Zeilen stammen nicht aus seiner Feder. Ein zehnköpfiges Redenschreiber-Team rund um Jon Favreau liefert einfühlsame Worte und kluge Zitate.

Von solchem Selbstbewusstsein sind Schweizer Manager weit entfernt. Es ist

zwar ein offenes Geheimnis, dass sich viele Top-Manager ebenso wie Politiker und Verbandschefs auf das Werk professioneller Schreiber verlassen. Wenn sie bei Konferenzen, zum Firmenjubiläum oder an der Generalversammlung eine Rede halten, liefern in aller Regel Unbekannte die treffenden Bilder und mitreissenden Formulierungen. Doch über die Dichter im Off redet man nicht.

Vielfache Absicherung

«Diskretion ist oberstes Gebot», sagt Helmut W. Rodenhausen, Redenschreiber aus Meggen. «Die CEO oder Verwaltungsräte wollen nicht, dass ihre Zusammenarbeit mit Ghostwritern bekannt wird.» Keiner würden zugeben, dass es nicht ihre eigenen Worte sind, für die sie Applaus ernten. Dabei setzen sie auf die Unterstützung durch interne Kommunikationsprofis oder externe Kommunikationsberater. Neben dem Schreiberischen gibts weitere Punkte zu beachten. «Jede Formulierung soll rechtlich und politisch unangreifbar sein», sagt Ghostwriter Frank Rosenbauer. «Deshalb werden Reden von Fach- und Rechtsabteilungen

mehrfach gegengecheckt und umgeschrieben.» Das Ergebnis droht entsprechend langweilig und nichtssagend zu werden.

Im Vorfeld einer Rede kann es deshalb also oft zu langen Debatten kommen. Der Redenschreiber will mit witzigen bis spitzen Formulierungen brillieren, der Chefjurist keine Angriffsfläche liefern.

Oft schnüren Firmen ein Package. Eine externe Corporate-Publishing-Firma gestaltet und verfasst den Geschäftsbericht. Sie hat einen Stamm von Redenschreibern zur Hand. Steht eine Generalversammlung an, wird die geschriebene Rede – nachdem sie intern abgesegnet worden ist – mit externen Kommunikationsexperten wie Patrick Rohr eingeübt. Vor Grossauftritten wird bei Konzernen oft ein Kamerateam geboten, das die Reden des VR-Präsidenten oder CEO im Vorfeld filmt und bespricht. Es geht um die Betonung, den Gesichtsausdruck, die Punkte. Es werden Stunden um Stunden aufgewendet.

Fürs Schreiben einer Rede für einen Konzernchef werden locker 3000 Franken verrechnet. Muss es schnell gehen, schnellert der Preis dank Expresszuschlag auf 5000 Franken hoch. Der Aufwand für eine 20-minütige Rede liegt bei einem gewiefen Redenschreiber bei zwei, drei Tagen. Aufwendiger wirds, wenn das Manuskript von einer Abteilung zur andern wandert.

Es ist für die Redenschreiber ein volatiles Geschäft. Kommt ein Text beim Chef nicht gut an, ist es oft der letzte Auftrag. Die Konkurrenz lauert, denn die Bezahlung ist hoch, der Aufwand mässig. Der Input wird ohnehin vom Pressechef geliefert, der froh ist, wenn er die Rede für den Chef outsourcen kann. So kann er die Schuld für ein schlechtes Manuskript bequem abschieben. Abgesehen davon fehlt den meisten Chief Communications Officers ohnehin oft Zeit, Musse und Know-how für eine treffende Rede.

Minenfeld Humor

«Ich lege grossen Wert darauf, dass ich die Person möglichst persönlich kennenlernen, bevor ich eine Rede schreibe», sagt Redenschreiber Rodenhausen. «Im Idealfall sollte ich denjenigen auch live oder in einer Aufzeichnung bei einer Rede beobachten können.» Nur so könne der Redenschreiber erkennen, wie jemand

spricht, auftritt und sich mit Worten und Gestik ausdrückt. «Wenn kein persönliches Kennenlernen möglich ist, lasse ich lieber die Finger vom Auftrag», sagt er.

Vorlauf und Vorbereitung sind wichtig. «Im Idealfall kommen Kunden bereits rund zwei Monate, bevor sie die Rede halten wollen, zur ersten Besprechung», sagt Willi Näf, Redenschreiber aus Bubendorf. Der gelernte Journalist schreibt nicht nur Reden und Kolumnen, sondern tritt auch als Kabarettist auf. «Als Kabarettist bin ich es gewohnt, pointiert für ein bestimmtes Publikum zu schreiben und dabei eine Rolle einzunehmen – ähnlich wie beim Redeschreiben», erklärt Näf seine spezielle Berufskombination.

Er wird von Managern dann gebucht, wenn eine Rede besonders originell, witzig und pointiert sein soll – etwa bei einer Rede zum Nationalfeiertag oder bei einem abendlichen Branchentreff. «Humorvolle, leichte Reden sind für viele Manager eine besondere Herausforderung, weil sie im Alltag Präsentationen zu Sach- und Fachthemen halten», sagt Näf. «Wenn sie dann

ein weniger ernsthaftes Thema unterhaltsam präsentieren wollen, merken sie schnell: Je leichter etwas zu lesen ist, desto schwerer ist es zu schreiben.»

Einen leichten, humorvollen Text zu schreiben, dauere daher ähnlich lang wie die Produktion eines fachlich anspruchsvollen Redemanuskriptes. Bei humorvollen Reden kommt es zudem darauf an, dass das Manuskript Tempo, Wortschatz, Mimik und Gestik des Redners trifft. Sollte ein eher hölzerner Konzernchef eine allzu launige Rede vortragen, geht das in der Regel schief. Dem schreibe man dann eher etwas mit einem trockenen Humor, der zu ihm passt, sagt Näf.

Selbst das beste Redemanuskript hilft nicht, wenn der Redner den Text wie ein Buchhalter abliest und kaum ins Publikum blickt. Dafür gibts den Teleprompter. Auf zwei oder drei Glasscheiben links und rechts vom Rednerpult läuft der Text mit, den der Top-Manager, der scheinbar ohne Manuskript redet, ablesen kann. Schweizer Bankchefs greifen bei Auftritten an Business Meetings immer mehr auf dieses Hilfsmittel zurück. Doch auch da ist ihnen Obama einiges voraus. Er machts nie ohne sein rollendes Geheimmanuskript.

RHETORIK FÜR MANAGER

Den richtigen Redenschreiber finden

Vorlaufzeit einplanen Es braucht nicht Tage, sondern Wochen für den grossen Auftritt. Zwar finden sich im Internet zahlreiche Rededienste, die auch kurzfristig helfen – doch selbst der beste Redenschreiber wird sich schwertun, in so kurzer Zeit eine gute Rede zu verfassen. Für Manager mit Ansprüchen genügt das nicht. Ein Chief Communications Officer muss eine Namensliste mit Redenschreibern zur Hand haben.

Kompetente Schreiber finden Redenschreiber ist keine geschützte Berufsbezeichnung. Der Verband der Redenschreiber deutscher Sprache vermittelt geeignete Kandidaten. Sinnvoll ist es auch, sich im persönlichen Netzwerk nach guten Redenschreibern umzuhehren. Manager sollten einen erfahrenen Redenschreiber wählen, der über Reputation und Referenzen beim Schreiben von Reden für die Wirtschaft verfügt. Branchenkenntnisse

sind sehr von Vorteil. Auch ist es sinnvoll, auf einen Schreiber zu setzen, damit sich so etwas wie ein Duktus einstellen kann. Das direkte Gespräch zwischen Redenschreiber und Executive ist hilfreich, damit der Schreiber die Denkart des Managers mitkriegt.

Kosten kennen Die meisten freien Redenschreiber berechnen ihren Kunden keinen Stundenlohn, sondern ein Honorar, das von der Länge der Redezeit oder des Manuskriptes, vom Zeithorizont und dem Aufwand der Recherche abhängt. Oft kommen noch Spesen und ein Extrahonorar für Beratungsgespräche hinzu. Je nach Erfahrung und Reputation des Redenschreibers fällt die Höhe des Honorars unterschiedlich aus. Die Spannweite reicht von einigen Hundert bis zu mehreren Tausend Franken pro zehn Minuten Redezeit. Spitzenpreise sind 5000 Franken pro Rede.

ANZEIGE

Business Broker AG
Florastrasse 44
CH-8008 Zürich
T +41 (0)44 420 11 11
info@businessbroker.ch

	Umsatz:	Preis:
Fachhandel u. Gastronomie Genussmittel	CHF 350'000.-	CHF 195'000.-
Video-Produktion im Medizinalbereich	CHF 157'000.-	CHF 350'000.-
Traditionsreiche Druckerei Zürich Nord	CHF 1'900'000.-	CHF 750'000.-
Spezialist Eventdeko & Messegestaltung	CHF 1'345'000.-	CHF 1'250'000.-
Waffen-Fachgeschäft in der Zentral CH	Über 100-jährige Historie	CHF 650'000.-
2-Rad-Spezialist an konkurrenzloser Lage	CHF 290'000.-	CHF 100'000.-
Event- u. Indoor Golf Lounge Region ZH	Einzigartige Location	CHF 240'000.-
Orthopädiegeschäft an bester Lage	CHF 126'000.-	CHF 140'000.-
Langjährige Autogarage in der Region ZH	CHF 950'000.-	CHF 430'000.-
Spezialist für Orthopädietechnik	CHF 880'000.-	CHF 355'000.-

www.businessbroker.ch