

Groß, größer, Ignatov – die Show mit den Worten

Sie gelten als die Rockstars der Wirtschaft: Ausgerüstet mit Headset und klugen Worten ist es der Job von Keynote-Speakern, ihr Publikum zu inspirieren. Dafür kassieren sie Top-Gagen. Der Wiener Kristian Ignatov ist einer von jenen, die in der Branche mitspielen wollen. Ein Blick ins Geschäft mit der Begeisterung. **VON TERESA RICHTER-TRUMMER**

» Ob Kongress, Managementklausur oder Produktpräsentation: Wo immer Kunden oder Mitarbeiter heute inspiriert werden sollen, kommen Keynote-Speaker zum Einsatz. Steigen auf die Bühne, unterhalten und überraschen, informieren und inspirieren. Dreißig Minuten Soloauftritt, prall gefüllt mit Worten, die lange nachhallen sollen. In den digitalen Zeiten boomt das Geschäft mit den analogen Reden. Auch, wenn die kolportierten Abendgagen – je nach Promifaktor – hoch bis exorbitant sind.

Kein Wunder, dass plötzlich viele am Markt mitmischen wollen. Einer davon ist Kristian Ignatov, dessen Karriere als Speaker – nach eigener Aussage – derzeit „explodiert“. Soeben bekam Ignatov als erster Österreicher den Award für Best Speaker New Faces Night 2020 von Gedanken Tanken in Köln. In der Aussendung dazu vereinen sich Superlative mit Tippfehlern. Auch Ignatovs Thema – der „Kick off ins wahre Leben“ – ist so plakativ, dass ein Hinterfragen nicht ausbleiben kann. Was steckt hinter dem Mann, der auf seiner Webpage verspricht, Ängste und Selbstzweifel in felsenfestes Selbstvertrauen und Kraft umzuwandeln, der Preise gewinnt und Seminartickets um über 400 Euro verkauft?

Dienstagmorgen um zehn Uhr, vor einer Tasse Espresso im Wiener „Salonplafond“ wirkt der 1984 geborene Ignatov vor allem eines: Unaufgeregt sympathisch. Dass er als Redner tätig ist, merkt man bei der ersten Frage. Die Tragkraft seiner Sprechstimme lässt die Damen drei Tische weiter die Köpfe drehen. Keynote-Speaker, was ist das für ein Beruf? „Ein Speaker bringt wichtige Botschaften in die Herzen der Menschen. Er soll wach machen, berühren und inspirieren und versuchen, Ego und Verstand zu umgehen. Denn alle wichtigen Antworten auf unser Leben sind im Herzen zu finden“, definiert Ignatov. Große Worte, die stüßlich anmuten könnten. Doch Ignatov verkauft sie mit Überzeugung. Was braucht man als Speaker? „Das Wichtigste, die Grundvoraussetzung, ist eine Botschaft zu haben“, erklärt der Wiener weiter. Zuerst sollte man Experte in etwas sein, Wis-

sen und viel Erfahrung haben. Ignatov: „Und ich glaube, man muss dafür geboren sein. Man muss die Bühne lieben.“ Denn auch wenn er das Klischee der redenden Rockstars als „zu selbstzentriert“ abtut, Authentizität ist wichtig: „Dramaturgie, Sprechtechnik, Struktur und Rhetorik – man braucht dieses Fundament, aber man darf nicht bei Werkzeugen stecken bleiben.“ Er selbst hat einen viertägigen Workshop absolviert der hilfreich, aber nicht karriereentscheidend war.

Um die Botschaft in die Herzen zu bringen, so lautet sein Rezept, muss man das Vertrauen der Zuhörer gewinnen. Das wiederum gelingt, wenn man über etwas spricht, das man erlebt hat. Ignatov: „Die eigene Story ist das echte Gold eines jeden Speakers. Die Menschen wollen Menschen erleben.“ Seine „Story“ ist die der Flucht als 6-Jähriger aus dem kommunistischen Bulgarien, die traumatische Zugfahrt durch den kriegsgeschüttelten Balkan, das Traiskirchner Flüchtlingslager, der frühe Tod des Vaters und die Erkenntnis in der Schule: „Ich bin weniger wert als die anderen, weil ich fremd bin.“ Eine Geschichte, auf die er aber ohne Vorwürfe

Jobprofil Speaker

Top-Gagen gibt es nur für wenige Top-Redner

Keynote-Speaker sind nicht umsonst nach den Vorsängern von A-Chapella-Chören benannt: In ihren meist kurzen Impulsreden auf Bühnen oder Podien geben sie den Ton an und stimmen auf eine Veranstaltung ein. Gesprochen wird dabei über fast jedes gewünschten Thema und zu fast jeder Gage. Donald Trump soll für Keynote-Reden 1,5 Millionen Dollar verlangt und bekommen haben. Die rund 5.000 bis 8.000 deutschsprachigen Keynote-Speaker müssen es deutlich günstiger geben. Nur die Stars der Branche kommen auf 10.000 Euro pro Rede. Anfänger und No-Names haben es schwer. Denn Preisstandards fehlen in der Branche ebenso wie Ausbildungsstandards und Zugangsvoraussetzungen.

zurückblickt: „Ich habe Selbstwert und Trost im Außen gesucht. Nun zeige ich in meinen Reden anderen den Weg raus aus dem Opferbewusstsein.“

Wieder große Worte. Sie sind wichtig im Geschäft mit der Begeisterung, in der inhaltliche Tiefe neben plakativem Aufputz steht. Für jene, die keinen Promibonus haben, sind sie die einzige Möglichkeit, sich von der Masse abzuheben. Denn die Konkurrenz in der Branche ist riesig: Viele wollen am Geldsegen mitnaschen. 30 Minuten Auftritt für ein paar tausend Euro Gage klingt nach leicht verdientem Geld.

Die Realität sieht freilich anders aus. „Am österreichischen Markt sind schätzungsweise einige hundert Rednerinnen und Redner aktiv, viele rangieren im mittleren Segment der Seminar- und Konferenzredner. Echte, wirklich gute Performer sind rar“, weiß auch Heidi Glück, die Österreichs größte Redneragentur leitet (siehe Interview rechts). Die meisten Top-Speaker, so die Expertin, sind wegen ihres Hauptberufes gefragt, weil sie von dort ihre Expertise mitbringen. Eine eigene Gruppe bilden die Seminartrainer und Coaches. Bei ihnen ist das Vortragen Teil ihres Geschäftsmodells, sie nützen ihre Auftritte als Akquise für ihr Unternehmen. Ihre Themen sind vorwiegend Motivation, Empowerment, Selbstmotivierung, Management- und Führungstechniken.

Kein einfacher Karrierestart also für No-Names. Ignatov selbst ist – nach Stationen im Kampfsport und der Musik – auch als Autor und Trainer tätig. Als Redner steht er seit rund zwei Jahren auf der Bühne, hinter sich hat er mittlerweile ein Team von drei Mitarbeitern, die Abendgagen liegen im höheren vierstelligen Bereich. „Mein erster Gig als Speaker war in Linz, der war ein Riesenerfolg, dann kamen Folgeaufträge. Wichtig ist ein gutes Video von einem Auftritt. Das ist die eigentliche Visitenkarte“, erinnert er sich an die Anfänge.

Als die Frage aufkommt, wie ernst er genommen wird, wirft sich ein Schatten über die dunklen Augen. „Ich bin auch nur ein Mensch. Wenn mich etwas berührt, dann sage ich Danke. Und dann



Kristian Ignatov im Bühnenmodus. Um als Speaker zu reüssieren, so der Wiener, muss man viel mitbringen: Wissen, viel Erfahrung und seine ganz eigene Story

schaue ich in mir nach: Was gibt es da noch für Glaubenssätze? Für Unsicherheiten? Für Minderwert, der in mir steckt? Ich nutze das als Wachstum“, erklärt er. Seine Zuhörer, so meint der ausgebildete Audio Engineer, wollen weder Prediger noch Professoren hören. Ignatov: „Ich habe eigentlich noch keinen guten Speaker erlebt, der ein Universitätsprofessor war. Es gibt viele gute Gelehrte, aber die sind oft keine guten Speaker. Denn Speaking ist Infotainment. Man muss wichtige Messages in sehr einfache Sprache verpacken. Ich will die Leute ja im Herzen und nicht im Verstand erreichen. Nach meiner Speech sagt man nicht: Aha, sehr intellektuell, sehr schön. Ich will Veränderung bewirken.“ Dass es für dieses Versprechen auch Kritik gibt, nimmt er in Kauf.

Vorallem am Anfang der Karriere, erinnert er sich, muss man Verurteilungen aushalten. Und noch ein Stück mehr, wenn man sich als Frau auf die Bühne wagt: „Frauen haben es da schon ein bisschen schwerer. Um aus dem Hamsterrad auszuweichen müssen sie mehr Mut in der Hose haben. Bei großen Veranstaltungen dominieren immer noch Männer“, erklärt der Vater zweier Töchter. Dass es immer mehr weibliche Speaker gibt, begrüßt er sehr: „Es ist wichtig, dass Frauen endlich auf die Bühne kommen. Ich habe oft erlebt, wie inspirieren Frauen sein können.“ ■

„Blender demaskieren sich meist beim ersten Auftritt“

Heidi Glück leitet Top-Speaker, mit 150 Rednern die größte Rednervermittlungagentur in Österreich

KURIER: Was müssen Redner vor allem können: Begeistern? Motivieren? Informieren?

Heidi Glück: Begeistern ist eine hohe Latte, wenn das jemand kann, ist er auch gefragt. Ein Top-Speaker muss in seinem Fachgebiet exzellent sein, er muss als Redner Erfahrung mitbringen und auch einer breiteren Öffentlichkeit bekannt sein.

Wie sieht es mit Ausbildungsstandards aus? Wie kann man Profis von Blendern unterscheiden?

Es gibt keine Ausbildungsvoraussetzungen. Die meisten Top-Speaker sind wegen ihres Hauptberufes gefragt, weil sie von dort ihre Expertise mitbringen. Bekanntheit ist kein Garant für eine gute Rede, aber der Promi-Faktor ist für die Veranstalter ein ganz wesentlicher. Blender demaskieren sich meist schon beim ersten Auftritt: Zuhörer sind grundsätzlich kritisch, jeder Speaker muss sein Publikum erobern – und zwar in den ersten drei Minuten seiner Rede.

Immer wieder werden sehr hohe Gagen kolportiert: Was verdienen Einsteiger, was Topleute?

Newcomer müssen sich ihren Marktwert erst erarbeiten, er beginnt in Österreich bei rund 2.000

Euro. Spitzenredner können auch fünfstelligen Honorare verlangen, beim amerikanischen Ex-Präsidenten geht es bis 400.000 Euro.

Welchen Stellenwert hat der Showfaktor im Vergleich zum faktischen Inhalt der Reden?

Show ist die Methode, Inhalte zu verpacken und zu verkaufen. Wem beides gelingt, der kriegt am Ende den größten Applaus.

Warum ist in digitalen Zeiten der analoge Vortrag so gefragt?

Gerade in der total technisierten und damit auch der unpersönlichen Kommunikation, erlebt die Direktheit eines Vortrags und die Authentizität einer persönlichen Präsentation ein Revival. Reden haben schon immer die Welt verändert, ob zum Guten oder zum Schlechten.

Wie wird man professioneller Speaker?

Nicht durch Ausbildung, sondern als Produkt eines Curriculums. Für die rhetorische Kompetenz gibt es professionelle Schulungen. Selbst überhöhtes Lampenfieber kann wegtrainiert werden. Aber Charisma kann man nicht lernen.