

„Ich will echtes Wissen hören, kein behauptetes Wissen“

INTERVIEW. Als öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Marketing und Wirtschaftskommunikation ist es Nils-Peter Hey gewohnt, die behaupteten Kompetenzen von Experten zu überprüfen. In seinem neuen Buch kritisiert er fachkundig und für alle nachvollziehbar „mit wohlwollendem Misstrauen“ die Trickserien in der Speaker-Szene.

Sie sind selbst Speaker und nehmen nun die Speaker-Szene in Ihrem Buch kritisch unter die Lupe. Wie passt das zusammen?

Nils-Peter Hey: Ich würde mich selbst nicht als Speaker, sondern als Vortragsredner bezeichnen. Ich habe viele Jahre als Dozent an der Bayerischen Akademie für Wirtschaftskommunikation gearbeitet, bevor ich dann auch außerhalb der Akademie für Vorträge gebucht wurde und inzwischen ist das ein schönes Hobby für mich. Den Begriff Speaker nutze ich ausschließlich im Zusammenhang mit dem Suchmaschinenmarketing, weil Kunden bei der Suche nach Rednern eben oft nach Speakern suchen.

Aber Sie sind auch bei einer der großen Speaker-Agenturen gelistet.

Hey: Rednervermarktung bedingt eben, dass man sich eine professionelle Infrastruktur zulegt und dafür kann man sich von einer Agentur vertreten lassen. Sie kümmert sich um die Abwicklung und generiert manchmal auch Aufträge. Dass

viele Menschen, die davon träumen, auf einer großen Bühne zu stehen und anderen zu sagen, wo es langgeht. Das ist ja grundsätzlich auch eine befriedigende und schöne Tätigkeit. Aber denen wird dann erzählt, wie groß ihr Umsatzpotenzial ist und wie einzigartig sie sind. So geistert durch den Markt, dass die Honorare bei mindestens 3.500 Euro pro Auftritt liegen. Wenn unerfahrene Redner das hören, bekommen sie Dollarzeichen in den Augen und denken: Super, ich werde jetzt Speaker und reich. Das spricht doch alle Instinkte an. Viel Geld, die öffentliche Anerkennung und Einfluss auf andere. Nur leider gibt es nicht so viele gute Redner. Das Mitteilungsbedürfnis ist halt wesentlich größer als das, was dann als Vortragssubstanz übrig bleibt.

Also sind die Vermarkter der Speaker die Verursacher des Booms?

Hey: Wenn jemand das Training oder die Vermittlung für Speaker gut vermarktet, ist das erst mal in Ordnung. Was mich stört, sind die extrem großen Verspre-

marktung mit Täuschen und billigen Tricks in einem juristischen Graubereich betreiben können. Davor warne ich. Wer Dinge behauptet, die nachweislich nicht haltbar sind, riskiert den Aufbau seiner Marke schon in einer frühen Phase. Und wenn er dann wirklich Erfolg hat, kommt das Ganze irgendwann heraus und fällt ihm auf die Füße. Zudem verursachen die ganze Lügen Stress, weil man sich ständig merken muss, wem man jetzt was erzählt hat und der Stress führt dazu, dass man keine guten Vorträge hält. Dazu kommt: Wem die behauptete Erfahrung oder das behauptete Wissen fehlt, der kann auch nicht gut darüber reden. Am besten spricht man über relevante, selbst gemachte Erfahrungen. Da braucht man dann auch kein Speaker-Training.

Aber wenn es mit dem Erfolg nur so selten klappt, müsste sich das doch herumsprechen ...

Hey: Der Andrang ist dennoch nach wie vor groß, weil viele an den Traum glauben, damit in kurzer Zeit mit wenig Aufwand sehr viel Geld verdienen zu können. Letzten Endes bedient das unser Ego und der Bedarf danach ist riesig. Und einige wenige schaffen es auch, viele aber nicht. Wenn ich meine eigene Biografie anschau, würde ich sagen, ich arbeite seit 20 Jahren darauf hin, über Nacht berühmt zu werden.

Wie oft wird denn ein Speaker überhaupt gebucht?

Hey: Ein bekannter Redner-Vermarkter hat mir gesagt: Seines Wissens gibt es keine 20 Redner in Deutschland, die von dem Job hauptberuflich gut leben kön-

„Manchmal frage ich mich, ob einer nicht eher einen Therapeuten als eine Speaker-Ausbildung braucht.“

in dem Portfolio auch Speaker vertreten sind, in deren Nachbarschaft ich mich nicht sehe, finde ich nicht gut. Das ist ein schmerzlicher Kompromiss.

Warum gibt es eigentlich so viele Speaker?

Hey: Da haben eben ein paar findige Leute ein Marktpotenzial gesehen. Es gibt

chungen. Da wird vielen Leuten viel Geld abgenommen. Denn in der Realität treten die versprochenen Erfolge nur selten ein. Da kann man natürlich sagen, wer das bucht und nicht kritisch hinterfragt, ist entweder naiv oder blöd. Was ich aber anprangere, ist, wenn den Speakern in den Trainings beigebracht wird, wie sie den Aufbau ihrer Marke und ihre Ver-



Nils-Peter Hey. Er ist überzeugt, dass Speaker sich selbst treu bleiben können und trotzdem Erfolg haben.

nen. Dazu kommen vielleicht noch ein paar abgehangene Sport- und Show-Promis. Für die meisten ist das ein Nebenwerb. Und mehr als 80 bis 100 Vorträge gegen Honorar sind logistisch kaum zu bewältigen. Dann sind wir aber schon bei der Crème de la crème.

Was war Ihre Motivation, den Speaker-Markt kritisch zu analysieren?

Hey: Das hat mit meiner Tätigkeit als vereidigter Sachverständiger für Marketing und Wirtschaftskommunikation zu tun. Da muss ich immer herausfinden, ob die Anbieter, die jemand beauftragen will, auch das draufhaben, was sie behaupten. Das funktioniert ähnlich wie bei den Speakern mit Referenzlisten, Case Studies und allem, was man oft so hintrimmt, dass die Kunden glauben, man sei der beste Experte. Bei der Prüfung ist es dann oft so, dass vieles nicht stimmt.

Aber gerade im Speaker-Markt wird doch kaum mehr etwas überprüft ...

Hey: Das stimmt. Aus aufmerksamkeitsökonomischen Gründen sind wir als Teilnehmer von Konferenzen oft unkritisch.

Wir gehen einfach davon aus, wenn jemand einen Speaker eingeladen hat, muss der auch was können. Wenn wir wüssten, dass da vorne auf der Bühne eine Pfeife steht, würden wir den Vortrag nicht anhören wollen und uns das Geld und die Zeit sparen.

Ich möchte da überhaupt nicht als Miespeter dastehen. Aber wenn Experten behaupten, über eine bestimmte Expertise zu verfügen, dann neige ich im Sinne eines wohlwollenden Misstrauens dazu, mir den Überblick zu verschaffen, ob das auch wahr ist. Das ist auch eine Frage der Ökonomie. Ich will nicht auf einer Konferenz hocken und mir die Vorträge von Pfeifen anhören. Ich möchte echtes Wissen und nicht nur behauptetes Wissen. Ich möchte als Zuhörer oder Einkäufer einfach nicht belogen werden.

Aber werden denn überhaupt Experten gesucht? Sind die Veranstaltungen nicht eher Comedy oder Entertainment?

Hey: Wenn wir über Speaker sprechen, meinen wir meist Edutainment und keinen trockenen Fachvortrag. Das ist das Format von 30 bis 60 Minuten Dauer,

oft mit geringem Erkenntnisgewinn bei hohem Unterhaltungswert. Da sucht sich dann jeder Speaker im Sinne seiner einzigartigen Positionierung ein Thema und eine Inszenierung. Das ist wie ein Theaterstück. Aber trotz aller Inszenierung sollte auch die behauptete Kompetenz dahinter stimmen.

Bricht der ganze Speaker-Zirkus nicht zwangsläufig irgendwann in sich zusammen?

Hey: Den Markt für Selbstdarstellung wird es immer geben. Guru sein hat doch was Tolles und die Guru-Macher werden immer Geld verdienen können. Und bei den angehenden Speakern gibt es viele, die in einer gefühlten Sinn- und Lebenskrise stecken und die gern mehr Bedeutung hätten.

Da frage ich mich ganz häufig: Brauchen die nicht eher einen Therapeuten als ein Speaker-Training? Das Problem ist, dass durch die behaupteten Kompetenzen auch bestimmte Begrifflichkeiten beschädigt werden. Speaker hat doch heute schon einen Hauch von Lächerlichkeit. Und wenn jeder Speaker sein kann, kann man sich nur noch differenzieren, indem man sich als Keynote Speaker oder Top-Keynote-Speaker verkauft. Das ist einfach nur noch albern. Auch der Begriff des Experten wird beschädigt und der echte Profi, der nicht nur Showbusiness betreibt, wird damit immer besudelt. Als Sachverständiger hätte ich da gern Qualifikationsnachweise.

Wer könnte denn für mehr Qualität und Transparenz sorgen?

Hey: Es gibt berufsständische Vereinigungen, die sogar eigene Ethikgrundsätze festgeschrieben haben. Nur werden die nicht umgesetzt. Denn dann müsste man die Eigenangaben der Mitglieder beim Beitritt und in einem gewissen Turnus kritisch verifizieren. Das würde zwar zu einer hohen Qualität des Mitgliederstammes führen, aber es würden wohl nicht viele Mitglieder übrig bleiben. Mit meinem Buch möchte ich daher das Schlaglicht auf einige der kritischen Aspekte lenken. Und wenn sich dadurch nur ein bisschen was bereinigt, ist doch auch schon was erreicht.

Interview: Bärbel Schwertfeger ●