

haben wirklich hin und her gewackelt. So extrem habe ich das vorher und hinterher nie mehr erlebt.

Der eigentliche Startpunkt für meine Speaker-Karriere kam aber erst, als ich mit meinem besten Freund Dennis das Buch *Palmen in Castrop-Rauxel: Vom Mut, Träume zu verwirklichen* veröffentlicht habe, finanziert durch 10 000 Euro, die wir durch Crowdfunding zusammenbekommen hatten. In dem Buch ging es um Gründer von Startups, die mit unkonventionellen Ideen in der Wirtschaftswelt Erfolg hatten. Dafür bekamen wir sehr viel Presse, es gab Rezensionen und Interviews, unter anderem im *Stern*, bei *Spiegel Online*, bei *RTL* und *Bild* und anderen Leitmedien. Im Herbst 2014 erreichte das Buch offiziell »Bestseller Nr.1«-Status auf Amazon. Da ist mir aufgefallen: Jetzt bin ich ungefähr an dem Punkt angelangt, wo auch der coole amerikanische Autor stand, als er sein Buch veröffentlicht hatte. Und ich habe mich wieder an ihm orientiert und mir eine Website gebastelt, die mich als Speaker ausweist. Auf der Website stand dann: »Felix Plötz hält Vorträge zu den Themen >Unternehmensgründung< und >Generation Y<< (zu der ich gehöre und die damals ein großes Thema war).

Vielleicht war das ein bisschen dreist. Aber an irgendeinem Punkt muss man ja anfangen. Mein Plan: Sollte ich gebucht werden, würde ich mir die Zeit dafür nehmen und mich hundertprozentig darauf vorbereiten, wie es sich gehört. Ich sagte mir: Ich gehe diesen Weg konsequent und schaue, wie weit er mich führt. Meine Erfahrungen mit Vorträgen in kleinerem Rahmen hatten in mir die Entscheidung reifen lassen: Ich möchte Keynote Speaker werden. Mit allem, was dazugehört.

Der erste Auftrag kam, als der *Stern* mein Vorwort abgedruckt hatte, und unser Buch danach richtig durchstartete. Ich erhielt eine E-Mail von einer Münchener Werbeagentur. Die plante für das Frühjahr 2015 einen großen Marketing-Kongress. Die Hauptveranstaltung sollte im elitären Grand Hotel Bayerischer Hof stattfinden, als Hauptredner war der Wikipedia-Gründer Jimmy Wales eingeladen. Die Marketingleiterin der Agentur hatte offenbar meine Geschichte im *Stern* gelesen

und wollte mich für den Abschlussvortrag des Tagesprogrammes buchen. Ich sollte dem Publikum erläutern, wie die junge Generation tickt und wie wir unser Buch mit Crowdfunding finanziert hatten. Sie meinte: »Erzähl darüber mal etwas, du hast eine Stunde.« Dann habe ich gesagt: »Okay, das mache ich gerne, wie sieht denn euer Budget aus?«, »Na, so 2000 Euro«, und ich antwortete; »Gut, ich hätte gerne 3000«. Zugegeben, das war Zockerei, ich hätte die Rede natürlich auch für 2000 Euro gehalten, diese erste Chance hätte ich mir nie entgehen lassen. Doch in der Zwischenzeit hatte ich mich ein bisschen im Web umgeschaut und mir auf diesem Wege eine gewisse Marktkenntnis angeeignet. Einen Tag später hatte ich die Zusage. Mein Honorarwunsch war akzeptiert worden, und in einem halben Jahr sollte ich meinen ersten bezahlten Vortrag halten. Nun war ich also »Speaker«. Zumindest der Anfang war gemacht.

Natürlich war ich wieder unglaublich nervös. Schließlich ging es nun nicht mehr darum, 50 Studenten zu bespaßen oder für zwei Minuten zu sprechen, sondern eine ganze Stunde lang vor 180 Geschäftsführern und Marketingleitern großer Unternehmen zu performen. Diese Aufgabe habe ich sehr ernst genommen und den Vortrag über acht Wochen vorbereitet. Dann war es so weit. Die Anspannung vor meinem ersten Auftritt als Speaker war riesig. Ich musste eine halbe Stunde um den Häuserblock gehen – mitten im Münchener Winter, ohne Jacke – weil mir extrem heiß war und ich so geschwitzt habe. Aber dann war es wie beim Businessplan-Pitch: Weil ich mich vorher so lange und intensiv vorbereitet und den Vortrag ausgiebig geübt hatte, war auf der Bühne die Nervosität auf einmal weg. Niemand bemerkte, wie aufgeregt ich zuvor gewesen war. Nach diesem ersten Auftritt war das Feedback äußerst positiv. Es kamen Leute zu mir und haben sich bedankt, andere fragten mich, wie häufig ich schon Vorträge gehalten hätte. Sie konnten nicht glauben, dass ich noch ein »Anfänger« war – so ruhig und professionell sei meine Rede gewesen. Diesen Spagat zwischen »Ich fühle mich selbst unsicher und unwohl« und »Den Leuten gefällt es« fand ich gleichzeitig spannend und motivierend. Er hat dazu geführt, dass ich den Weg zum Redner weitergehen wollte – mehr als

jemals zuvor. Und so habe ich damit begonnen, aktiv auf mich als Redner aufmerksam zu machen, mit Web-Marketing und durch aktive Ansprache von Veranstaltern. Die Möglichkeiten, die es dafür gibt, werde ich in diesem Buch noch ausführlich aufzeigen.

Eine Frage der Einstellung

Jede Geschichte ist anders, aber ich glaube, meine Story zeigt, dass man ohne besondere Voraussetzungen ein erfolgreicher Speaker werden kann. Natürlich hat mir der Erfolg des ersten richtigen Buches geholfen, aber es wäre nicht die einzige Möglichkeit gewesen, um auf mich aufmerksam zu machen. Es gibt nicht den einen Weg, es gibt viele Wege.

Eines ist klar: Wenn Sie sich dazu entschließen, ein Profi-Speaker zu werden – egal ob erst einmal nebenher oder in Vollzeit – dann müssen Sie Ihr Vorhaben professionell und mit aller nötigen Seriosität angehen. Sie müssen sich und Ihr Thema bekannt machen, das ist bereits eine große Aufgabe. Und einen Vortrag, für den Sie bezahlt werden wollen, können Sie auch nicht einfach mal aus dem Ärmel schütteln, die Bühne entern und ein bisschen improvisieren. Ein Speaker zu sein, bedeutet mehr als eine Rede zu halten. Viele Menschen investieren ihre kostbare Zeit, um Ihren Vortrag zu hören. Einige zahlen dafür viel Geld. Das ist eine große Verantwortung und eine Verpflichtung Ihrem Publikum gegenüber.

In den vergangenen Jahren habe ich viele Vorträge gehalten und dabei jede Menge Erfahrungen gesammelt. Und ich hatte eine Menge Spaß. Für mich ist es wirklich ein Traumberuf geworden. In dieser Zeit habe ich viele andere Redner erlebt und mich mit ihnen darüber ausgetauscht, was einen erfolgreichen Keynote Speaker ausmacht. Und ich habe die andere Seite der Branche, Veranstalter in Unternehmen und Agenturen kennengelernt. Besonders interessiert haben mich ihre Motive, ihre Wünsche, ihre Absichten. All diese Erfahrungen haben mich weitergebracht. Ich möchte sie mit Ihnen teilen.

Auf den folgenden Seiten möchte ich Ihnen zeigen, was für den Beruf Keynote Speaker wichtig ist. Das nun folgende Kapitel bietet Ihnen einen Überblick über die Branche, Ihre Verdienstmöglichkeiten und was es für Sie persönlich bedeutet, ein Profi-Speaker zu sein. Im dritten Kapitel geht es darum, wie Sie sich auf dem Markt positionieren, Ihren Stil finden und als Redner unverwechselbar werden. Kapitel 4 dreht sich um den Vortrag: wie Sie Ihr Thema finden, einen starken Vortrag entwickeln und wie Sie auf der Bühne überzeugen. In den darauf folgenden drei Kapiteln beschäftigen wir uns mit Ihrem Geschäftsmodell. Ich zeige Ihnen, warum die Website für jeden Keynote Speaker das Zentrum seiner Marketing-Aktivitäten ist, über welche Marketingkanäle Sie am besten Kunden gewinnen und wie Sie im persönlichen Kundenkontakt Aufträge an Land ziehen. Im achten Kapitel beschreibe ich, wie Sie sich konkret auf einen Auftritt vorbereiten, warum Sie keine Angst vor Redeangst haben müssen, und wie Sie es schaffen, als Redner immer besser zu werden.

Den größten Nutzen werden Sie aus diesem Buch ziehen, wenn Sie an demselben Punkt stehen wie ich vor ein paar Jahren, als ich damit anfing, mich für den Beruf Keynote Speaker zu interessieren. Aber auch wenn Sie schon fortgeschritten sind, hoffe ich, dass Sie noch etwas mitnehmen können.

Ich würde mich freuen, wenn es bald noch mehr neue Kollegen mit neuen, frischen Ideen, spannenden Themen und ungewöhnlichen Perspektiven auf der Welt gibt. Wenn ich Ihnen den Anstoß geben kann, es als Keynote Speaker zu versuchen, habe ich mein Ziel mit diesem Buch schon erreicht. Ich freue mich darauf, Sie bei einer Veranstaltung zu treffen und vor allem: Sie auf der Bühne kennenlernen zu dürfen und mich von Ihnen inspirieren zu lassen.

2. Beruf Speaker

In der Einleitung haben Sie erfahren, dass die Welt der Keynote Speaker nicht so elitär und verschlossen ist, wie es von außen betrachtet scheint. Der Markt für Redner ist in den vergangenen Jahren offener und vielfältiger geworden. Es stehen heute ganz neue Typen von Speakern auf der Bühne, beispielsweise Social Influencer, Podcaster, Blogger, Comedians, Startup-Gründer und andere Digitalpioniere. Sie finden ihren Platz neben der Riege der »Klassiker« unter den Keynote Speakern: prominente Ex-Sportler und -Politiker, Unternehmer, Coaches und Trainer. Noch nie war es leichter, in der Branche Fuß zu fassen als heute. Das ist gut für Sie.

Wenn Sie den Weg zum Profi-Speaker erfolgreich beschreiten wollen, sollten Sie zuvor das Terrain kennenlernen, auf dem Sie sich bewegen werden. Vielleicht sind Sie sich auch noch gar nicht hundertprozentig sicher, ob Sie diesen Weg mit allen Konsequenzen gehen möchten. So oder so ist es sinnvoll, sich zunächst einen Überblick über die Basics und die Gesetzmäßigkeiten des Rednermarktes zu verschaffen. In diesem Kapitel geht es darum, was den Beruf des Keynote Speakers ausmacht, was einen Profi-Redner auszeichnet und was die Voraussetzungen sind, damit Sie selbst ein erfolgreicher Speaker werden können.

Was ist ein Keynote Speaker?

Erst einmal sollten wir einige Begriffe für uns klären. In diesem Buch verwende ich die Bezeichnung »Keynote Speaker« synonym mit den Bezeichnungen »Speaker«, »Redner« oder »Vortragsredner«. Es geht dabei in allen Fällen um Profiredner und umfasst beide Ge-