Ausgabe: Dezember 2013 · Preis: 3,85 € ZKZ 66685 www.network-karriere.com

NETWORK-KARRIERE

Europas größte Wirtschafts-Zeitung für den Direktvertrieb

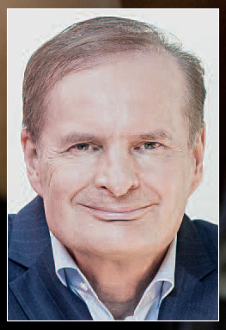
„Wir geraten in eine gigantische Überwachung"

Network-Karriere-Interview mit TV-Wissensvermittler Ranga Yogeshwar

Dirk Ulaszewski: Spitzensportler an der Emmi-Dent-Vertriebsspitze

Birgit Schrowange: Das TV-Gesicht der ADONIA-Fernsehwerbung

„Ständige Vertretung der Freien Ferienrepublik Saas-Fee" bei der Network-Karriere



Prof. Dr. Lothar Seiwert: „Lass los und du bist der Meister deiner Zeit"

40.000 Network-Karriere-Leser wollen bis 31.12. mit dem Rauchen aufhören

Tun Sie sich was Gutes, lesen Sie was Gutes: Die Network-Karriere.

12
4 196668 503857

Der Redner-Macher

Heinrich Kürzeder führt Redner zum Erfolg

Er ist der Kopf und das Herz einer der erfolgreichsten Rednerагenturen im deutschsprachigen Raum. Er führt nicht nur seine Redner zum großen und vor allem nachhaltigen Erfolg, er ist selber seine eigene beeindruckende Erfolgs-Story. Network-Karriere im Interview mit Heinrich Kürzeder, Inhaber von 5 Sterne Redner.

NK: Sie sind Inhaber der Agentur 5 Sterne Redner, aber bei Ihnen finden Kunden aus der Wirtschaft nicht nur Redner, sondern auch Trainer und Moderatoren?
Heinrich Kürzeder: So ist es. Die Unternehmensgruppe 5 Sterne Team besteht aus diesen Bereichen: 5 Sterne Events (kleine, edle Events mit unseren prominenten Rednern), 5 Sterne Trainer (in dieser Sparte konzipieren wir individuelle und an den jeweiligen Bedarf des Unternehmens angepasste Seminare), 5 Sterne Moderatoren (hier vermitteln wir Moderatoren für Galas, Messeauftritte, TV und sonstige Events) und natürlich der große Bereich 5 Sterne Redner, mit dem wir Unternehmen und Kongressen den am besten passenden Redner vermitteln. Unser internationaler Brand ist Global Top Speakers, unter diesem Dach betreuen wir deutsche und internationale Redner, in Verbindung mit unseren beiden Niederlassungen in Dubai und New York.

Zur Person

Heinrich Kürzeder ist der Redner-Macher. Er ist Inhaber der Unternehmensgruppe 5 Sterne Team mit den Bereichen 5 Sterne Redner, Trainer, Moderatoren und Events mit Niederlassungen in New York und Dubai. Der besondere Fokus der Sparte 5 Sterne Redner liegt auf dem nachhaltigen Aufbau und der langfristigen Entwicklung von Top Keynote Speakern und deren erfolgreicher Vermarktung.

Nach einer Lehre als Werkzeugmacher und dem anschließenden Studium des Maschinenbaus war Kürzeder lange Jahre als Vertriebsleiter in verschiedenen Branchen tätig. Heute bringt er seine große Verkaufserfahrung in seine eigene Agentur ein. Der Vertriebsexperte war Sprecher der bayerisch-schwäbischen Wirtschaftsjunioren, ist Mitglied der IHK Regionalversammlung Dillingen und engagiert sich in zahlreichen karitativen Projekten wie z. B. bei Round Table.
www.5-sterne-redner.de

NK: Wie gehen Unternehmen vor, um einen Redner für ihren geplanten Event zu finden?
Heinrich Kürzeder: Der Trend geht stark zur Suche per Internet. Das sieht dann meist so aus, dass ein Firmenchef oder der Marketingleiter die Assistentin oder einen Praktikanten via Google nach einem Redner suchen lässt. Wie Sie sich vorstellen können, ist die Trefferquote einer solchen Recherche nicht wirklich zielführend. Das kann interessant sein für einen ersten Überblick, ersetzt aber in keiner Weise die persönliche Beratung.

NK: Warum sollten Kunden eine Agentur kontaktieren, um den richtigen Redner für ihre Veranstaltung zu finden?
Heinrich Kürzeder: Meist stellen Interessenten in einem Gespräch mit mir fest, dass sie sich durch ein zehnminütiges Telefonat eine mehrstündige Internetrecherche sparen könnten. Meine Kollegin (und Tochter) Sabrina Kürzeder und ich kennen alle unsere Referenten persönlich und wissen genau um deren Stärken und optimale Einsatz-Situationen. Unsere Kunden haben daher die 100-prozentige Sicherheit, dass der von uns vorgeschlagene Redner sowohl von der Vortragsart als auch vom Inhalt her genau zu ihrer Zielgruppe passt und sein Publikum begeistern wird.

Die Zusammenarbeit mit einer guten Agentur garantiert auch den sofortigen Ersatz des Redners bei Ausfall. Ein gebuchter Redner kann unter Umständen kurzfristig nicht zur Verfügung stehen. In meiner über zehnjährigen Praxis haben wir es immer geschafft, rechtzeitig einen hochrangigen Ersatzredner zu stellen. Wir haben zu unseren Rednern einen direkten Draht, kennen ihre Privat- und Mobilnummern und können sie so auch z. B. am Wochenende ständig erreichen. Dieser Service kostet unseren Kunden keinen Euro mehr. Viele Kunden meinen, wenn sie über eine Agentur buchen, erhöht sich ihr eigener budgetärer Aufwand, das ist nicht richtig, wir bekommen unsere Provision vom jeweiligen Redner, da wir für ihn das Management, z. B. Marketing und Vertrieb, übernehmen.

NK: Wie sehen die Phasen eines professionellen Redner-Bookings aus?
Heinrich Kürzeder: Besonders relevant sind hier der erste Kontakt und eine fundierte Bedarfsanalyse. Sehr viele der Interessenten, die bei uns anfragen, haben kaum Kenntnis des Rednermarkts. Wir nehmen uns in diesem Erstgespräch viel Zeit, um genau zu verstehen, was der Kunde benötigt. Was der Kunde wünscht, ist nämlich nicht immer auch das, was er für seine Veranstaltung wirklich braucht. Hier sehe ich es als eine unserer wichtigsten Rollen, eingehend zu beraten und auch mal eine andere Richtung als die ursprünglich gewünschte vorzuschlagen, wenn ich merke, dass Natur und Zielgruppe der Veranstaltung einen ganz anderen Redner erfordern als der Kunde sich vorstellt.

NK: Was macht aus Ihrer Sicht einen guten Redner aus?
Heinrich Kürzeder: Das Wichtigste ist eine sehr klare Positionierung innerhalb der Expertise des Redners. Dazu kommen hohe Affinität und Glaubwürdigkeit betreffend in Bezug auf das gewählte Thema. Die Frage: „Was befähigt diesen Redner, sich zu dieser Thematik zu äußern?" muss ohne den Schatten eines Zweifels beantwortet werden. Jeder wirklich gute Redner benötigt eine beeindruckende Bühnenpräsenz und perfekte Rhetorik wie etwa Körpersprache – hier arbeiten wir intensiv mit unseren Rednern. Und vor allem: Ein exzellenter Redner muss seine Rede, so oft er sie schon gehalten haben mag, immer wieder mit ungebremster Leidenschaft vortragen, jede Rede muss vor jedem Publikum immer wieder wie „neu" sein. Wer das alles rüberbringen kann, gehört zu den ganz Großen der Branche.

Sehr wichtig ist auch die Interaktion mit dem Publikum. 5 Sterne Redner Sven Gábor Jánszky ist hier ein tolles Beispiel. Er zeigt auf der Bühne, wie man mit Gedanken einen Computer steuern kann. Dies macht er jedoch nicht selbst, sondern mit einem (ihm bis dahin) völlig unbekannten Teilnehmer aus dem Publikum. So sieht aktives, unterhaltsames Speaking aus!

NK: Wie entwickeln Sie Ihre Redner?
Heinrich Kürzeder: Ich bin seit über zehn Jahren in der Branche tätig und habe ein Gespür entwickelt, welche Themen ankommen. Deswegen nennen mich viele unserer Redner „den Redner-Macher", in Anlehnung an unseren 5 Sterne Redner Harald Psaridis, den Leader-Macher! Sollte sich also ein Redner bei uns bewerben, der – nach meinem Gefühl – ein interessantes Thema hat, entwickeln wir diesen Redner weiter. Wir erhalten im Schnitt zwei Rednerbewerbungen pro Tag, von denen wir die meisten ablehnen. Ist das Thema vielversprechend, schauen wir uns den Redner live an und entscheiden dann im Team, ob wir ihn aufnehmen. Auch hier gibt es eine „Durchfallquote" von ca. 50 Prozent. Danach kommt ein ausführliches und intensives Positionierungsgespräch mit dem Redner, resultierend in einer (oftmals langen) To do-Liste. Meist ist es nicht die fachliche Kompetenz des jeweiligen Redners, die entwickelt werden muss, sondern die Dramaturgie seines Vortrags, seine rhetorischen Fähigkeiten oder seine Medienpräsenz. Bei Letzterem arbeiten wir mit externen Partnern, wie z. B. Monika Paitl von communications9.

© GKM-Zentralredaktion GmbH