

TIM CORTINOVIS

SECOND STAGE

Das Framework zum Erfolg als
bezahlter Keynote Speaker

CONTENTS

Einleitung	5
1. Du bist nicht am Anfang.....	11
2. Erfahrung ist Rohmaterial, noch kein Produkt	17
3. Die Transformation, die du verkörperst.....	23
4. Sprich nicht über deine Leidenschaft, sprich über den Markt...	29
5. Das kaufbare Problem	37
6. Die Big Idea deines Speaker-Angebots.....	45
7. Es geht zu 100 Prozent um deine Zuhörer	53
8. Baue deinen Signature Talk.....	61
9. Bühne ist ein Muskel	67
10. Veranstalter buchen Sicherheit	75
11. Beweisen, bevor du behauptest	83
12. Die Event- Pipeline verstehen	91
13. Geld ist die Abkürzung.....	99
14. Aus einem Auftritt wird ein Content-System	107
15. Miss Wirkung, nicht Applaus	115
16. Roadmap auf die Bühne — 90 Tage	123

EINLEITUNG

Lass mich kurz erzählen, wie das alles angefangen hat.

2011. Ein Konferenzsaal in Düsseldorf. Vorne stand ich, hinten saßen rund 300 Vertriebsleiter, und ich hatte gerade das erste Mal in meinem Leben ein Honorar im vierstelligen Bereich für 45 Minuten Reden bekommen. Die Folien waren okay. Der Inhalt war gut. Aber die wichtigste Erkenntnis kam erst danach, an der Bar. Ein Teilnehmer sagte zu mir: „Sie haben uns nichts erzählt, was wir nicht hätten googeln können. Aber Sie haben es so erzählt, dass wir es endlich verstanden haben.“ Genau in diesem Moment habe ich begriffen, was das Speaker-Geschäft eigentlich ist. Es geht nicht darum, klüger zu sein als der Saal. Es geht darum, das, was du weißt, in eine Form zu bringen, die wirkt.

Seitdem sind über 15 Jahre vergangen. Ich bin 54 Jahre alt und habe in München, Paris und Guatemala City auf Englisch, Deutsch und Spanisch gesprochen. Ich habe mit Siemens, Avaya, ING und e.on gearbeitet. Ich war Fernsehmoderator. Ich habe Bücher geschrieben. Und ich habe sehr viele Bühnen von innen gesehen — die guten, die schlechten und die, bei denen das Mikrofon im falschen Moment ausgefallen ist. Aus all dem ist ein Handwerk geworden. Und Handwerk lässt sich weitergeben.

Genau dafür ist dieses Buch da.

Ich schreibe es nicht für Anfänger, die mal ein bisschen reden wollen. Ich schreibe es für dich. Für die Frau, für den Mann, die jenseits der 45 stehen, die 20, 25, vielleicht 30 Jahre Berufserfahrung mitbringen, die schon große Verantwortung getragen haben — und die jetzt vor einer Tür stehen, hinter der die zweite Karriere wartet. Vielleicht hast du gerade einen Aufhebungsvertrag in der Tasche. Vielleicht ist deine Branche im Umbruch und du spürst, dass du nicht noch mal als VP irgendwas weitermachen willst. Vielleicht weißt du einfach, dass in dir mehr steckt als ein weiterer Quartalsbericht.

Was du hast, ist Gold wert: echte Geschichten, echte Krisen, echte Wendungen. Was dir fehlt, ist das System, um daraus ein gefragtes Speaker-Angebot zu bauen. Und genau das ist die Lücke, die ich mit diesem Buch schließe.

Ich habe lange überlegt, wie ich mein Wissen sortiere. Über die Jahre habe ich Hunderte von Tipps gesammelt — zur Stimme, zur Bühne, zum Honorar, zur Akquise. Aber Tipps allein helfen dir nicht. Tipps sind wie einzelne Werkzeuge im Baumarkt. Was du brauchst, ist der Plan, in welcher Reihenfolge du sie benutzt. Du brauchst ein Framework.

Das Framework, nach dem ich heute arbeite und nach dem auch die Teilnehmer meines Second-Stage-Mastermind-Programms vorgehen, heißt STAGE. Fünf Buchstaben, fünf Bausteine, eine klare Reihenfolge. Wenn du sie in dieser Reihenfolge gehst, kommst du an. Wenn du eine Stufe überspringst, wirst du es später bezahlen.

S wie Standpunkt.

T wie Talk.

A wie Auftritt.

G wie Geschäft.

E wie Expansion.

Lass mich die fünf kurz vorstellen, damit du weißt, worauf du dich einlässt.

S — Standpunkt. Das ist die Frage, die alle überspringen wollen und die alles entscheidet: Wofür stehst du? Nicht im Sinne deines LinkedIn-Profiles, sondern im Sinne eines Satzes, den eine Eventmanagerin nach drei Sekunden versteht und sich merkt. Standpunkt heißt: deine Big Idea, deine Positionierung, dein Thema. Das ist Knochenarbeit. Die meisten Manager glauben, sie hätten ihren Standpunkt schon — bis sie ihn aufschreiben sollen. Dann merken sie: Was sie haben, ist eine Karriere. Was ihnen fehlt, ist die Verdichtung dieser Karriere auf einen einzigen, bezahlbaren Satz. Diesem Satz widmen wir den ersten Teil des Buches.

T — Talk. Wenn der Standpunkt steht, brauchst du deinen Signature Talk. Das ist nicht „eine Keynote“, sondern dein zentraler Vortrag, dein Vehikel. Eine echte Keynote hat eine Hook in den ersten 60 Sekunden, einen klaren Aufbau, drei bis vier Geschichten, die hängenbleiben, und einen Schluss, der die Leute zwingt aufzustehen — nicht weil sie höflich sind, sondern weil sie nicht anders können. Du wirst lernen, deinen Talk in drei Längen zu bauen: 18 Minuten für Konferenz-Slots, 45 Minuten für Firmen-Keynotes, 60 Minuten für Tagungen. Ein Material, drei Versionen. Das ist Effizienz.

A — Auftritt. Du kannst den besten Inhalt der Welt haben — wenn dein Körper auf der Bühne falsche Signale sendet, ist alles umsonst. Auftritt heißt: Stimme, Atmung, Pausen, Spannungsbögen,

Improvisation, Q&A, Umgang mit Störern, Technik-Pannen. Ich verspreche dir: Hier liegt der größte und schnellste Hebel für erfahrene Manager. Du hast als Senior Executive schon vor Vorständen, Kunden, Mitarbeitern gestanden. Du musst nicht bei null anfangen. Du musst neu sortieren, was du eigentlich schon kannst — und das, was du dir an schlechten Gewohnheiten antrainiert hast (das ewige „Ähm“, die Hände vor dem Bauch, der Blick auf die Folien), wieder verlernen.

G — Geschäft. Hier trennt sich die Hobby-Bühne vom Profi. Geschäft heißt: deine Website als One-Pager, dein Showreel, dein Pressekit, dein LinkedIn-Profil, dein Pricing, deine Direktakquise, dein Umgang mit Speaker-Agenturen und Konferenzeinkäufern. Und ja, auch deine Verträge, deine Rechnungsstellung, deine USt.-Logik bei Auftritten in der Schweiz oder in den USA. Speaker werden ist ein Beruf. Beruf heißt: ein Geschäftsmodell. Ohne Geschäftsmodell wirst du zwei nette Auftritte pro Jahr haben und dich wundern, warum es nicht mehr werden. Mit Geschäftsmodell wirst du in zwölf Monaten den Punkt erreichen, an dem deine erste bezahlte Keynote über 5.000 Euro Honorar bringt. Das ist kein Versprechen, das ist Arithmetik.

E — Expansion. Wenn die ersten vier Buchstaben sitzen, kommt der Hebel. Expansion heißt: deine Themen multiplizieren, neue Märkte erschließen, Sprachen dazunehmen, Bücher und Podcasts als Autoritätswerkzeuge bauen, KI-Agenten einsetzen, die für dich recherchieren, anschreiben, nachfassen. Ich habe in meinem eigenen Speaker-Office heute acht Agenten, die für mich arbeiten, während ich auf einer Bühne stehe. Was vor zehn Jahren ein Team von drei Personen war, läuft heute auf einem Laptop. Das ist die ehrliche

Nachricht der 2020er-Jahre für Speaker 45+: Du musst nicht jünger sein, du musst klüger eingerichtet sein.

Diese fünf Stufen sind die Struktur dieses Buches. Jedes Kapitel widmet sich einer Frage, die mir in den letzten Jahren immer wieder gestellt wurde — von Teilnehmern meiner Programme, in DMs auf LinkedIn, bei Speaker-Runden nach Auftritten in Hamburg, München und Wien. Ich habe versucht, sie alle ehrlich zu beantworten. Mit Beispielen, mit Zahlen, mit Geschichten aus meinem eigenen Weg — auch denen, die nicht so glamourös sind. Mein erster Auftritt war übrigens nicht in Düsseldorf. Mein erster Auftritt war in einem Hinterzimmer eines mittelständischen Maschinenbauers in Ostwestfalen, mit 14 Teilnehmern, einem klemmenden Beamer und einem Honorar von 250 Euro plus Bahnticket. Wir fangen alle irgendwo an.

Noch ein Wort zur Lesart. Du musst dieses Buch nicht linear durchlesen. Wenn du mitten in der Talk-Entwicklung steckst, spring zu Teil T. Wenn dir Akquise gerade unter den Nägeln brennt, fang mit G an. Aber: Wenn du noch keinen sauberen Standpunkt hast, ist alles andere verschwendete Zeit. Dann fang vorne an. Bitte. Ich habe zu viele kluge Köpfe gesehen, die mit einem perfekten Showreel an der falschen Positionierung gescheitert sind.

Du wirst in den folgenden Kapiteln viele konkrete Werkzeuge bekommen. Vorlagen für deine Bio. Strukturen für deinen Talk. Checklisten für deinen Auftritt. Skripte für Akquise-Calls. Prompts für die KI-Agenten, die dir die Arbeit abnehmen. Nimm sie und benutze sie. Sie sind nicht zum Bewundern da, sie sind zum Bauen da.

Eines noch. Ich habe das STAGE-Framework nicht am Schreibtisch erfunden. Es ist das destillierte Ergebnis aus über 1.000 Auftritten auf vier Kontinenten. Es funktioniert, weil es funktioniert hat — bei mir, bei meinen Teilnehmerinnen und Teilnehmern, bei Menschen, die mit 52 nach einer Restrukturierung dachten, ihre besten Jahre lägen hinter ihnen. Sie lagen falsch. Ihre besten Jahre lagen vor ihnen. Sie wussten es nur noch nicht.

Jetzt bist du dran. Mach es dir mit einem Stift und einem Notizbuch bequem. Wir betreten zusammen die Bühne.

Auf bald

Tim

1.

DU BIST NICHT AM ANFANG

Lass uns mit einem Missverständnis aufräumen, das dich gerade Geld kostet. Vielleicht auch Energie. Auf jeden Fall Klarheit.

Das Missverständnis lautet: „Ich fange als Speaker bei null an.“

Du fängst nicht bei null an. Du fängst bei 25 an. Bei 28. Bei 32. Je nachdem, wie lange du schon arbeitest. Das, was du in den letzten Jahrzehnten gemacht hast, ist nicht weg, nur weil auf deiner Visitenkarte demnächst etwas anderes steht. Es ist dein Material. Es ist das, woraus deine Keynotes gebaut werden. Und es ist mehr wert, als du im Moment ahnst.

Lass mich dir kurz erzählen, wie ich darauf gekommen bin.

Vor einigen Monaten saß mir Andreas gegenüber. 52 Jahre alt. Bis vor acht Wochen Director Sales bei einem deutschen Mittelständler. Aufhebungsvertrag in der Tasche, Abfindung im sechsstelligen Bereich. Drei Kinder, ein Haus, eine Frau mit klarer Meinung. Andreas saß auf seinem Hotelsessel, sortierte seinen Kaffee neben sich und sagte den Satz, den ich in den letzten Jahren bestimmt zweihundert Mal gehört habe:

„Tim, ich muss bei null anfangen.“

Ich habe ihn gefragt: „Andreas, wie viele Vorträge hast du in den letzten zehn Jahren gehalten?“

Er hat überlegt. „So 30, 40 vielleicht.“

„Vor wem?“

„Vorstand. Kunden. Konferenzen in Singapur, Mailand, Chicago. Ein paar Mal SAP-Sapphire.“

„Auf welchen Sprachen?“

„Deutsch und Englisch.“

„Und du fängst bei null an?“

Er hat gelacht. Es war das erste Mal in diesem Gespräch, dass er gelacht hat. Und genau in diesem Moment hat sich in seinem Kopf etwas verschoben. Nicht viel. Aber genug.

Das ist die Verschiebung, um die es in diesem ganzen Buch geht.

Du hast nicht das Problem, dass dir Substanz fehlt. Du hast 20, 25, 30 Jahre Substanz angehäuft. Du hast Turnarounds gesehen, Restrukturierungen geleitet, Produkte gelauncht, die abgestürzt sind, und Produkte, die durch die Decke gegangen sind. Du hast in Konferenzräumen gegessen, in denen Karrieren entschieden wurden. Du hast Krisen erlebt, von denen du heute lachen kannst — und solche, an die du immer noch ungern denkst. All das ist Stoff. All das ist Gold.

Dein Problem ist ein anderes. Du hast keine Übersetzung. Du hast keinen Bauplan, der aus 26 Jahren Berufsleben einen Satz macht, den eine Eventmanagerin nach drei Sekunden versteht. Du hast keine Struktur, die aus deinen drei besten Geschichten eine 45-Minuten-Keynote baut. Du hast keinen Mechanismus, der aus der Tatsache,

dass du etwas Großartiges zu sagen hast, eine Buchung über 8.000 Euro netto macht.

Das ist eine gute Nachricht. Denn das fehlende Stück ist nicht Substanz. Substanz lässt sich nicht in sechs Monaten aufbauen. Übersetzung schon.

Genau hier liegt der Vorteil, den du gegenüber den meisten anderen am Markt hast. Die meisten jungen Speaker müssen die Substanz erst noch erleben. Sie reden über Resilienz und haben in ihrem Leben einmal eine Erkältung gehabt. Sie reden über Führung und haben drei Praktikanten geleitet. Sie reden über Transformation, weil sie das Wort auf einer Folie gesehen haben. Du redest darüber, weil du es durchgemacht hast.

Der Markt weiß das. Konferenzekäufer wissen das. Wenn ich heute mit dem Programmverantwortlichen einer großen Industrietagung spreche, sagt der mir nicht: „Bring mir jemanden Jüngerer.“ Der sagt mir: „Bring mir jemanden, der weiß, wovon er redet.“ Erfahrung ist kein Nachteil. Erfahrung ist die Währung.

Trotzdem hängen viele in deiner Situation an dem Glauben fest, dass die zweite Karriere automatisch kleiner sein muss als die erste. Eine Nummer leiser. Etwas mit „Beraten“ oder „Begleiten“ oder „Ich mach jetzt noch ein bisschen was.“ Lass mich dir sagen: Das ist Quatsch. Die zweite Karriere kann größer sein als die erste. Sie ist freier, sie ist sichtbarer, und sie kann besser bezahlt sein, wenn du sie richtig anlegst.

Rechne kurz mit mir nach. In deinem letzten Job hattest du ein Jahresgehalt. Sagen wir 180.000 Euro brutto, plus Bonus. Du hast dafür 1.800 Stunden gearbeitet, vielleicht mehr. Macht 100 Euro pro

Stunde, vor Steuern, mit Anwesenheitspflicht, Reisepflicht und Org-Politik on top. Als Speaker liegt der gesunde Marktdurchschnitt für eine 45-Minuten-Keynote zwischen 5.000 und 15.000 Euro. Bei 30 Auftritten pro Jahr — und das ist machbar, nicht sportlich — landest du bei 150.000 bis 450.000 Euro Umsatz. Mit deutlich weniger Stunden, mit voller Themenhoheit, mit voller Kalenderkontrolle.

Das ist nicht die Lite-Version deines Berufslebens. Das ist die Premium-Version.

Aber — und jetzt kommt das Aber, ohne das jedes ehrliche Buch nicht auskommt — diese Premium-Version baut sich nicht von allein. Sie baut sich nur, wenn du ein paar Dinge in der richtigen Reihenfolge tust. Und sie baut sich nicht, wenn du dir einredest, du müsstest erst „bekannt werden“. Bekannt werden ist eine Folge, kein Ausgangspunkt. Bekannt wird, wer eine klare Sache klar sagt — immer wieder, vor den richtigen Leuten, in der richtigen Form. Nicht, wer jeden Tag auf LinkedIn ein Foto von seinem Laptop postet.

Ich sehe in meinen Programmen drei typische Bremsen, die kluge Manager 45+ ausbremsen. Du wirst dich in einer davon wiedererkennen. Vielleicht in allen drei. Macht nichts. Wir lösen das.

Bremse eins: das Imposter-Gefühl. Du denkst, du hättest „nicht genug erlebt“. Du vergleichst dich mit Steve Jobs, Brené Brown oder Reinhold Messner. Hör auf damit. Niemand bucht dich, weil du Reinhold Messner bist. Niemand bucht Reinhold Messner, weil er Reinhold Messner ist — sondern weil er einen klaren, eigenen Standpunkt hat, den er zehntausend Mal geübt hat. Du hast deinen Standpunkt schon. Du hast ihn nur noch nicht freigelegt.

Bremse zwei: der Reflex zur Verkleinerung. Du beschreibst dich auf Nachfrage immer noch als „Ex-Vertriebsleiter“ oder „ehemaliger Geschäftsführer“. Du sagst „ich war mal“. Stopp. Du bist nicht „mal“. Du bist jetzt. Was du gestern getan hast, ist die Grundlage dessen, was du heute weitergibst. Sprich in der Gegenwart von dem, was du tust. Nicht in der Vergangenheit von dem, was du warst.

Bremse drei: die falsche Demut. Du denkst, dein Honorar müsse erstmal niedrig sein, „weil du ja noch keiner bist“. Auch das ist Quatsch. Wer 250 Euro nimmt, sieht aus wie 250 Euro. Wer 6.500 Euro nimmt, sieht aus wie 6.500 Euro. Der Markt rechnet rückwärts. Dein Preis ist ein Signal, und in deiner Zielgruppe ist ein zu niedriger Preis das Signal: „Bei dem stimmt was nicht.“ Ich habe das selber gelernt, schmerzhaft. Mein erster bezahlter Auftritt brachte mir 250 Euro plus Bahnticket — in einem Hinterzimmer in Ostwestfalen, mit 14 Teilnehmern und einem klemmenden Beamer. Das war 2010. Sechs Monate später habe ich für denselben Vortrag 2.500 Euro genommen. Inhalt war exakt derselbe. Der Unterschied war: Ich hatte aufgehört, mich klein zu rechnen.

Jetzt zur Hausaufgabe für dieses Kapitel. Es ist nur eine. Aber sie ist wichtig.

Nimm dir eine halbe Stunde. Setz dich hin. Notizbuch, Stift, kein Bildschirm. Schreib in fünf Stichpunkten auf:

1. Drei Momente aus deinem Berufsleben, in denen du gedacht hast: „Das hätte schiefgehen können — ist es aber nicht.“
2. Drei Momente, in denen es schiefgegangen ist und du etwas gelernt hast, das du heute weitergeben würdest.

3. Eine Branche oder Funktion, in der du dich seit mindestens zehn Jahren bewegst.
4. Den einen Satz, den du in deinem Berufsleben am häufigsten gesagt hast — zu Kollegen, zu Kunden, zu dir selbst.
5. Das, was Menschen, die dich gut kennen, immer wieder über dich sagen.

Das ist kein Aufwärmen. Das ist Rohmaterial. Im nächsten Kapitel gehen wir damit weiter. Wir bauen daraus den ersten Pflock: deinen Standpunkt. Den Satz, der eine Eventmanagerin nach drei Sekunden versteht. Den Satz, der dein Honorar bestimmt. Den Satz, mit dem alles andere steht oder fällt.

Eines noch, bevor wir weitergehen. Andreas, der am Anfang dieses Kapitels saß und „Ich muss bei null anfangen“ sagte, hält heute Keynotes für eine fünfstellige Summe. Auf Englisch und Deutsch. Vor Vorständen, vor Sales-Tagungen, vor Wirtschaftsclubs. Er hat sich nicht neu erfunden. Er hat sich nur neu übersetzt.

Du bist dran.

2.

ERFAHRUNG IST ROHATERIAL, NOCH KEIN PRODUKT

Im letzten Kapitel habe ich dir gesagt: Du fängst nicht bei null an. Das stimmt. Aber jetzt kommt die unbequeme Hälfte derselben Wahrheit.

Erfahrung allein bucht dich nicht.

Ich sehe das immer wieder. Manager mit 28 Jahren Lebenslauf, drei Auslandsstationen, zwei Restrukturierungen, einem Börsengang im Rückspiegel — und einem Profil, das klingt wie tausend andere. Sie haben alles erlebt. Sie haben nichts davon übersetzt. Erfahrung ist Rohmaterial. Sie ist Holz. Sie ist Eisen. Sie ist Stein im Steinbruch. Sie ist noch kein Stuhl, noch kein Schwert, noch keine Skulptur.

Das Kapitel hier ist die Werkstatt. Wir gehen durch deinen Steinbruch und markieren, was bühnenfähig ist und was nicht.

Lass mich kurz von mir erzählen, damit du siehst, was ich meine.

Ich war fünfzehn, als ich meinen ersten Computer mit einer kleinen KI programmiert habe. Das war Mitte der Achtziger. Es ging um

simple Mustererkennung, nichts Wildes, aber es hat funktioniert. 2001, in meinem ersten richtigen Job, habe ich für eine Firma gearbeitet, die die Geo-Website mit KI personalisiert hat. Geo, das Reisemagazin. Wir haben damals etwas gebaut, was heute jeder Online-Shop kann — damals war es Pionierarbeit.

Sagt das etwas darüber aus, ob ich heute fundiert über KI sprechen kann? Streng genommen: nein. Zwischen 2001 und 2026 liegen 25 Jahre, in denen sich auf diesem Feld alles verändert hat. Aber wirkt es? Absolut. Wenn ich auf einer Bühne sage: „Mein erstes KI-Projekt war im Jahr 2001“, bekomme ich Aufmerksamkeit, die ich sonst erst mühsam aufbauen müsste. Drei Sätze, eine Jahreszahl, und der Saal hört anders zu.

Das ist die erste Lektion dieses Kapitels: Nicht alles, was du erlebt hast, ist relevant. Aber manches, was scheinbar irrelevant ist, ist Gold — weil es eine Geschichte hat, die wirkt.

Wir trennen jetzt zwei Dinge sauber. Lebenslauf und Marktbotschaft.

Dein Lebenslauf ist die Chronologie. Datum, Firma, Funktion, Verantwortung, Erfolg. Das, was im LinkedIn-Profil steht und in der Stellenbeschreibung deines Nachfolgers. Dein Lebenslauf interessiert auf einer Bühne niemanden. Niemanden. Ich sage das so hart, weil ich es zu oft sehe: Speaker, die ihren ersten Block damit verbrennen, zu erklären, was sie früher gemacht haben. Nach drei Minuten ist die Aufmerksamkeit weg. Nach fünf Minuten denkt der Saal an Mittagessen.

Deine Marktbotschaft ist etwas anderes. Sie ist die Verdichtung deines Lebenslaufs auf das, was deine Zuhörer brauchen. Sie sagt nicht „Ich war 14 Jahre bei Bosch“. Sie sagt: „Ich habe gesehen, was

passiert, wenn ein Konzern aufhört zuzuhören." Das ist derselbe Sachverhalt — aber das eine ist Verwaltung, das andere ist Bühne.

Damit du diese Übersetzung machen kannst, brauchst du einen Materialfundus. Du brauchst eine Liste von Episoden, Mustern und Einsichten aus deiner Karriere, die du immer wieder anfassen, drehen, zerlegen und neu zusammensetzen kannst. Diesen Fundus bauen wir jetzt.

Ich arbeite mit fünf Schubladen. Du wirst sie in den nächsten Stunden füllen.

Schublade eins: Wendepunkte. Das sind die Momente, in denen sich in deinem Berufsleben etwas grundsätzlich verändert hat. Eine Entscheidung, ein Anruf, ein gescheitertes Projekt, ein neuer Chef, ein Wechsel, eine Kündigung, eine Beförderung, die alles umgedreht hat. Wendepunkte sind dramaturgisch wertvoll, weil sie ein Vorher und ein Nachher haben. Das Publikum kann mitgehen. Schreib mindestens fünf auf. Nicht nur die glamourösen. Auch die, die wehgetan haben.

Schublade zwei: Krisen. Damit meine ich keine Weltkrisen, sondern deine. Der Tag, an dem der Großkunde gekündigt hat. Die Woche, in der drei Schlüsselleute gleichzeitig gegangen sind. Das Projekt, das vor dem Vorstand gescheitert ist und an dem dein Name klebte. Krisen sind das wertvollste Erzählmateriale überhaupt — vorausgesetzt, du hast eine Einsicht aus ihnen mitgenommen. Krise ohne Einsicht ist Jammern. Krise mit Einsicht ist Lehre. Notiere drei Krisen und je einen Satz: Was habe ich dort gelernt?

Schublade drei: Erfolge — aber bitte die richtigen. Speaker neigen dazu, ihre Erfolgsliste runterzuleiern: Umsatz verdoppelt,

Team von drei auf dreißig gewachsen, internationale Expansion. Das ist Verwaltung. Interessant sind die Erfolge, bei denen du selbst überrascht warst. Die, bei denen du heute, wenn du ehrlich bist, noch nicht ganz weißt, warum es funktioniert hat. Genau aus dieser Mischung aus Können und Ahnung entstehen die besten Geschichten. Schreib drei solcher Erfolge auf.

Schublade vier: wiederkehrende Muster. Das ist die wichtigste Schublade. Sie zu füllen dauert am längsten — aber sie ist die Brücke zu deiner Big Idea. Frage dich: Was habe ich in meiner Karriere immer und immer wieder gesehen, egal in welcher Branche, egal in welcher Funktion? Welche Fehler machen Organisationen, ohne dass sie es merken? Welche Wahrheit habe ich in jedem Job, in jedem Land bestätigt gefunden? Wenn dir hier ein einziger Satz einfällt, an dem du nicht mehr vorbeikommst, dann hast du einen Großteil deiner späteren Positionierung schon in der Hand.

Schublade fünf: glaubwürdige Beweise. Hier kommt etwas Hartes dazu. Geschichten brauchen Anker. Zahlen, Namen, Jahreszahlen, Orte, konkrete Folgen. „Wir haben den Vertrieb umgebaut“ ist Brei. „2018, in Shanghai, drei Wochen vor Closing, haben wir den gesamten Pitch gedreht — und 11 Millionen Euro Umsatz vor dem Aus gerettet“ ist eine Geschichte. Sammle Beweise, mit denen du deine Schubladen eins bis vier später unterfüttern kannst. Genaue Zahlen, genaue Daten, genaue Kunden — soweit du sie nennen darfst.

Jetzt der wichtige Teil. Du wirst beim Schreiben merken, dass dein Kopf zwei Versuche unternimmt, dich zu sabotieren.

Erstens: Er wird dir einreden, deine Geschichten seien „nicht spektakulär genug“. Das stimmt nie. Spektakulär ist nicht die Größe des Ereignisses, sondern die Schärfe der Beobachtung. Eine Geschichte über ein Meeting mit fünf Leuten kann ein Saal mit 800 Leuten in Atem halten — wenn sie sauber erzählt ist. Eine Geschichte über die Übernahme eines Konzerns kann einen Saal in den Schlaf treiben — wenn sie schlampig erzählt ist.

Zweitens: Dein Kopf wird dir vorschlagen, alles aufzuschreiben, was dir je passiert ist. Auch das ist falsch. Wir filtern jetzt nach einer Regel.

Die Regel heißt: Drei-Mal-Test. Eine Episode aus deinem Berufsleben ist Bühnenfähig, wenn sie drei Dinge gleichzeitig erfüllt. Erstens: Sie hat einen konkreten Anker — Ort, Zeit, Personen, Zahl. Zweitens: Sie hat eine Wendung — etwas, das anders kam als erwartet. Drittens: Sie hat einen Übertrag — eine Einsicht, die nicht nur in deiner Branche gilt, sondern in mindestens einer weiteren. Wenn alle drei Punkte erfüllt sind, gehört sie in deinen Fundus. Wenn nur einer fehlt, lass sie weg. Du hast genug Material. Glaub mir.

Ein Beispiel aus meinem Leben, damit du den Test in Aktion siehst. Vor einigen Jahren stand ich in Guatemala City vor 600 Vertriebsleitern aus Mittelamerika. Auf Spanisch. Mein Spanisch ist gut, aber nicht Muttersprachlich. Zehn Minuten vor Beginn fiel die Übersetzungstechnik komplett aus. Ich hatte die Wahl: abbrechen, auf Englisch wechseln und die Hälfte des Saals verlieren — oder durchziehen. Ich habe durchgezogen. Es war der zweitanstrengendste Vortrag meines Lebens. Aber ich habe drei Dinge gelernt, die ich heute jedem Manager mitgebe: Sprache ist nicht das, was du beherrschst, sondern was du wagst. Pannen sind keine Katastrophen,

sondern Verbündete, wenn du sie benennst. Und: Das Publikum will, dass du gewinnst — fast immer.

Anker: Guatemala City, 600 Leute, Spanisch. Wendung: Technik fällt aus. Übertrag: gilt für jeden, der je vor einer fremden Gruppe gesprochen hat. Drei-Mal-Test bestanden. Gehört in den Fundus.

Jetzt deine Hausaufgabe. Sie ist konkreter als beim letzten Mal.

Nimm dir zwei Stunden. Nicht 20 Minuten zwischen zwei Calls. Zwei Stunden. Öffne ein leeres Dokument. Lege fünf Überschriften an: Wendepunkte, Krisen, Erfolge, Muster, Beweise. Fülle jede Schublade mit mindestens fünf Einträgen. Lauf den Drei-Mal-Test über jeden Eintrag drüber. Markiere die, die bestehen.

Wenn du fertig bist, hast du etwas, das die meisten Speaker am Markt nicht haben: einen sortierten Materialfundus. Kein perfektes Produkt. Aber Rohmaterial, das du jetzt formen kannst.

Im nächsten Kapitel nehmen wir diesen Fundus und destillieren ihn. Wir suchen das eine Muster, das alle anderen erklärt. Wir finden deinen Standpunkt.

Du hast das Material. Jetzt lernst du, daraus etwas zu bauen.

Lege jetzt los – die Ideen sind noch frisch. Wenn du deinen Weg zum bezahlten Keynote Speaker abkürzen möchtest, kann das Second Stage Mastermind Programm dir dabei helfen.

<https://secondstage.academy/>

