

Rednerkarriere in Rekordzeit: Warum Sie Ihre Zuhörer auch als Kunden betrachten sollten



Ein Exklusiv-Interview. -

Harald Psaridis hat sich innerhalb eines Jahres an die Spitze der meistgebuchten Redner gearbeitet. Sein Thema: Führung. Das Rhetorikmagazin wollte wissen, was sich hinter dieser so steilen Karriere als Redner verbirgt.

Herr Psaridis, wie wurden Sie so schnell als Redner bekannt?

Aus Sicht meiner externen Kunden ging es tatsächlich sehr schnell. Betriebsintern, als Führungskraft, bin ich schon über 20 Jahre als Redner aktiv. Ich habe in Österreich eine der größten europäischen Finanzdienstleister-Organisationen aufgebaut und im Zuge dessen immer wieder Vorträge vor internem Publikum gehalten. Anschließend habe ich mein eigenes Unternehmen gegründet, eine Akademie für Verkäufer und Vertriebsführungskräfte.

Reden zu halten war für mich ursprünglich ein Mittel, um meine eigenen Mitarbeiter zu motivieren, innerhalb meines Unternehmen immer bessere Umsatzergebnisse zu generieren. Auf das Berufsbild des Redners bin ich erst vor kurzem, fast durch Zufall gestoßen, nämlich bei einer Veranstaltung der German Speakers Association (GSA). Ich habe anschließend die GSA-University absolviert und bin so in das Rednergeschäft mit externen Kunden hineingekommen.

Wie haben Sie zuvor, als Führungskraft, Ihre rednerischen Fähigkeiten trainiert? Woher hatten Sie Ihre rhetorischen Kenntnisse?

Ich habe immer wieder Seminare besucht und zahlreiche Bücher zur persönlichen Weiterbildung und Entwicklung gelesen. Letztendlich bin ich der klassische Selfmade-Unternehmer, der alles, was er braucht, um Ergebnisse zu erzielen, sich selbst aneignet.

Welche rhetorischen Fähigkeiten sollte jemand mitbringen, wenn er Führungskraft werden will?

Unabhängig von der Führungskraft: Kommunikation ist in jedem Bereich die größte Herausforderung. Wenn sie nicht gelingt, ist Scheitern schon vorprogrammiert, ob als Verkäufer oder als Führungskraft oder privat in einer Beziehung. Es geht darum, die Dinge, die ich im Kopf habe, so zu formulieren, dass das von mir Gewollte im Kopf des anderen entsteht. Das ist im Verkauf und in der Führung das Wichtigste. Die meisten zwischenmenschlichen Schwierigkeiten basieren darauf, dass jemand etwas nicht „rüberbringen“ kann, er oder sie also ein rhetorisches Problem hat.

In Ihrer Rhetorik fallen viele Begriffe auf, die militärisch klingen: Leader, Kameradschaft, Frontline, Rekrutierung. Warum?

Ich selbst war nicht beim Militär, weil ich den Dienst an der Waffe nicht machen würde. Aber ich habe entdeckt, dass das älteste System für Menschenführung militärisch ist. Alle Führungsgrundsätze, die wir heute im Management benutzen, haben ihren Ursprung im Militär vor 3.000 bis 4.000 Jahren. Als Zivilist hatte ich die Chance, mich militärisch weiterzubilden und habe hier gute Ansätze gefunden, die wir heute im Vertrieb und in der Vertriebsführung benötigen. Daher mein provokanter Ansatz: Die Wirtschaft und speziell der Vertrieb braucht keine Manager, sondern echte Leader. Hier gibt es aber oft Missverständnisse, weil sich manche Manager Leader nennen und umgekehrt. Wo es um Menschenführung geht, braucht man Leader, die bereit sind, als „Vor-Macher“ voran zu gehen. Das setzt voraus, dass sie das, was sie von ihren Leuten verlangen, auch selber können.



Vom Redenhalten zu leben, hat auch mit Fleiß zu tun: Harald Psaridis hat in seinem ersten Jahr als Berufsredner praktisch 365 Tage gearbeitet.

In Ihrem Buch „Der Leader-Macher“ schreiben Sie, „auch eine Führungskraft darf Fehler machen.“ Darf das ein Redner auch?

Ich glaube, Menschen lieben es, wenn andere nicht perfekt sind. Perfektion kann manchmal abschrecken. Der Schlüssel ist: Was verstehe ich unter einem Fehler. Für mich ist ein Fehler immer ein Lernschritt oder ein misslungener Erfolg, an dem ich wachsen kann. Aus dieser Sicht ist ein Fehler nichts Schlechtes, sondern etwas zutiefst Menschliches. Entscheidend ist der Umgang mit Fehlern.

Sie schreiben auch über Charaktereigenschaften. Welche Charaktereigenschaften sollte ein Redner mitbringen?

Aus der Sicht des Publikums sollte ein Redner vor allem authentisch sein. Damit meine ich: Die Leute wollen, dass der Redner ihnen zeigt, wie er die Welt sieht. Dadurch erfahren sie die Meinung und erleben sie die Perspektive des Redners. Und: Die Zuhörer wünschen sich Redner mit praktischer Erfahrung in ihrem Spezialgebiet – das erlebe ich immer wieder. Alles in allem sind Ehrlichkeit und Praxisnähe gefragt. Ein guter Redner muss immer auch unterhalten.

Lässt sich Ihrer Ansicht nach Authentizität trainieren?

Das ist eine Einstellungsfrage. Will ich das Publikum benutzen, damit ich Erfolg habe, oder versuche ich, das Publikum wirklich in den Mittelpunkt zu stellen? Wenn jemand das Publikum nur manipulieren will, um gut anzukommen oder um Geld zu verdienen, dann fehlt die Authentizität. Darum glaube ich, Authentizität ist eine Sache der inneren Einstellung.



Hat gut lachen: Harald Psaridis ist innerhalb kürzester Zeit zu einem der bestgebuchten Redner avanciert.

Sie beschreiben in Ihrem Buch, wie Sie Mitarbeiter ins Boot holen. Wie holen Sie Ihr Publikum ins Boot?

Ich glaube, am Anfang geht es immer um zwei Dinge: Sympathie und Vertrauen. Beides zusammen ergibt Glaubwürdigkeit. Man weiß ja nie, ob man dem Redner glauben kann. Durch Sympathie, durch ein Lächeln am Anfang, durch eine Geschichte, mit der sich die Leute identifizieren können, kann man sie ins Boot holen. Es kommt sehr stark auf den Einstieg an. Ich fange deshalb gerne mit einer sehr persönlichen Geschichte an, damit die Zuhörer sich in mich hineinversetzen

können. Wenn das für sie vorstellbar ist, ist alles, was danach kommt, auch glaubwürdig. Ich mag lebendige, aus dem Leben gegriffene Redeeinstiege lieber als abstrakte. Manchmal zeige ich auch Schwächen und erzähle von Fehlern.

Wer sind oder waren Ihre Vorbilder als Führungskraft und als Redner?

Als Redner hat mich Tony Robbins sehr inspiriert. Als ich zum ersten Mal eine Veranstaltung mit ihm erlebt habe, hat mich fasziniert, wie perfekt er die Menschen abholt. Und ich habe sehr viel für mich mitgenommen. Damals kam ich nach Hause und dachte, eines Tages will ich auch vor so vielen Menschen sprechen und ihnen etwas mitgeben. Ich will keinen Vortrag halten, um einen tollen Vortrag zu halten, sondern damit die Menschen danach sofort etwas umsetzen können.

Noch ein Vorbild gibt es in der Antike: Demosthenes. Bei Aristoteles haben die Zuhörer applaudiert und gesagt „gute Rede, gute Rhetorik“. Bei Demosthenes sind die Leute nach der Rede aufgestanden und haben angefangen, etwas umzusetzen, etwas zu tun. Das ist es, was mich mehr fasziniert. Mir geht es nicht um den Applaus, sondern darum, dass ich den Menschen Inhalte gebe, mit denen sie konkret etwas anfangen können. Damit erziele ich ein besseres Ergebnis und biete höheren Nutzen.

Als Führungskraft hat mich lange Zeit Jack Welch fasziniert. Und in der Praxis ist ein großes Vorbild für mich der österreichische Brigadegeneral Josef Paul Puntigam. Er war für mich lange Zeit mein Mentor. Von ihm habe ich viel über Menschenführung gelernt. Mir ging es dabei jedoch nicht um das Militärische, sondern um wirksame Methoden, Menschen zu einem bestimmten Ergebnis zu führen.

Sie haben auch eine sportliche Karriere hinter sich und waren österreichischer Meister im Bodybuilding. Ist körperliche Fitness für Sie als Redner wichtig?

Ja, ich denke Fitness ist in fast jedem Beruf wichtig. Habe ich genug Energie auf der Bühne? Wie wirke ich? Wenn ich fit bin und gesund lebe, habe ich eine andere Ausstrahlung. Gutgebuchte Redner haben außerdem ein anstrengendes Leben, und müssen – ähnlich wie Sportler – im richtigen Augenblick voll präsent sein und Höchstleistung abrufen.



Harald Psaridis: "Für Redner ist es auch und gerade am Anfang wichtig, die besten Profis und Vorbilder zu finden, von denen man lernen kann."

Wenn jemand als Redner Karriere machen will: Wo sind die Stolpersteine, auf die er aufpassen sollte?

Der Hauptstolperstein ist, dass ein Redner ein Publikum braucht. Die erste Frage ist für mich deshalb, wie ich mein Publikum, also meine Kunden finde. Viele Redner kommen aus dem Trainingsbereich. Die meisten von ihnen sind nebenberuflich Trainer, wenige leben von ihren Reden alleine, und nur ganz wenige machen hohen Umsatz damit. Darum war meine zweite Frage, wie ich in diesen Bereich komme. Mir ist dies auf Anhieb gelungen, weil ich als Unternehmer im Verkauf gelernt habe, wie ich Kunden akquirieren kann. In meinem ersten Jahr war ich an mehr als 200 Tagen als Trainer und als Redner gebucht, was weit über dem Durchschnitt liegt. Nebenbei habe ich den Speaker-Lehrgang der GSA erfolgreich absolviert, habe das Buch geschrieben, habe mein Marketing aufgebaut – unterm Strich waren das 365 Tage Vollgas – im Prinzip habe ich ein Jahr lang durchgearbeitet.

Kunden zu gewinnen war dabei vermutlich die größte Herausforderung. Jemand kann ein noch so gutes Thema und noch so gute Inhalte haben – wenn er sich nicht vermarkten und keine Kunden gewinnen kann, kommt er nicht weiter. Dabei bin ich auch der GSA-University sehr dankbar, denn dort habe von sehr guten Referenten erfahren, wie ich als professioneller Redner nach vorne komme. Für Redner ist es auch und gerade am Anfang wichtig, die besten Profis und Vorbilder zu finden, von denen man lernen kann. Eines sollte dabei aber bedacht werden: Es gibt nicht nur einen Weg zum Erfolg. Ich habe mir den Weg ausgesucht, der eben am besten zu mir passt.

© Rhetorikmagazin, Christian Bargenda, © Fotos: Harald Psaridis



Harald Psaridis ist Speaker, Trainer und Leadership- Experte. Er wuchs in Wien auf und lernte als ersten Karriereschritt einen Lehrberuf in der Gastronomie. Nebenbei machte er sich im Finanzdienstleistungsbereich selbständig. Seit 1988 ist er selbständiger Unternehmer. Er studierte an der Anthony-Robbins-University und der Donau-Universität Krems und baute zeitgleich die Vertriebsstruktur eines führenden europäischen Finanzkonzerns auf. Heute teilt der Begründer der „Frontline Leadership-Methode“ sein Wissen zu den Themen Leadership im Vertrieb, Führen statt Managen und Recruiting in Vorträgen, Seminaren und Coachings. 2010 gründete er die Leadership Company mit dem Ziel, Führungskräfte und Verkäufer zu „entwickeln“ und zu befähigen.