

# Reden, schreiben, schweigen

„Ich bin ein Berliner“, „die Achse des Bösen“ – manche Rede wird berühmt durch Worte von Redenschreibern. Welche Eigenschaften erfordert dieser wenig bekannte Beruf? Zwei Redenschreiber geben Einblicke in die Arbeit der rhetorischen Schattenmänner.

**Keine Frage:** In der politischen Kommunikation sind Redenschreiber seit langem ein fester Bestandteil. Doch sie sind inzwischen auch in der Wirtschaft heimisch geworden. Wo Menschen öffentlich reden, gibt es auch Menschen, die ihnen bei der Vorbereitung helfen – sofern die redende Person, der Anlass oder das Thema, der Zeitpunkt oder das Publikum nur wichtig genug sind, um nichts dem Zufall zu überlassen. Und es kostet bereits Zeit, eine Rede zu halten, aber noch mehr, sie auch noch gut vorzubereiten. Bei komplexen Themen, bei großen Ereignissen und wichtigen Anlässen erfordert eine Minute gesprochener Rede mitunter ein Vielfaches dieser Zeit von der Idee bis zur Freigabe des Textes.

Nicht zuletzt deshalb nutzen viele Persönlichkeiten, die über ihr Tun und ihre Vorhaben „öffentlich Zeugnis ablegen“ müssen, die Dienste von Redenschreibern. Präsident George W. Bush hat mehrere, ebenso Bundeskanzler Schröder und Präsident Putin. Auch Erich Honecker hatte einen, und sogar der Papst. Nur Fidel Castro braucht keinen, weil er fünf Stunden aus dem Stand reden kann.

## Wie wird man Redenschreiber?

Während das Redenhalten eine öffentliche Angelegenheit ist, ist das Redenschreiben eine diskrete Sache. Der Redenschreiber bleibt hierzulande fast immer im Hintergrund. Ausnahmen sind selten, wie etwa Reinhard Hesse, der jahrelang für Gerhard Schröder schrieb. Auf den Visitenkarten steht auch fast nie „Redenschreiber“, sondern Bezeichnungen wie „Referent für Grundsatzangelegenheiten“ oder „Manager Corporate Messages“. Das Vorbereiten von Reden und Vorträgen wird täglich

ausgeübt, doch es ist kein Lehrberuf und hat auch kein festes Berufsbild. André Hülsbömer, Chefredakteur des Finance-Magazins aus Frankfurt, beschreibt seinen Weg zum Redenschreiben so: „Ein Vorstand eines Automobilkonzerns suchte jemanden, der das Thema ‚Globalisierung‘ im Griff hat. Ich hatte dazu zuvor ein Buch veröffentlicht. Über die Inhalte findet der Kunde häufig seinen Schreibknecht.“

Redenschreiber wird, wer in den Augen des Redners für ihn die Reden vorbereiten und schreiben kann. Dies macht den Einstieg in den Beruf formal scheinbar leicht und in der Praxis häufig so schwer. Denn aus einer zugewiesenen Aufgabe oder positiven Selbsteinschätzung folgt noch lange nicht, dass man es in der täglichen Arbeit auch wirklich kann. Reden kommen schlecht an, wenn sie mangelhaft gehalten werden, aber auch, wenn man ihre Vorbereitung in ungeübte Hände gibt, etwa an Vorstandsassistenten. Diese sind, wie der frühere Bertelsmann-Chef Mark Wössner einmal anmerkte, hervorragend ausgebildet und wissen alles über die Firma, ihre Produkte und vor allem die Zahlen. Nur: die Reden hören sich dann meist auch so an.

## Schreiber mit vielen Eigenschaften

Erfolgreiche Redenschreiber haben andere Merkmale: Sie lieben die Sprache und bewegen sich sicher in ihr. Sie vereinen stilistische und thematische Vielseitigkeit mit syste-



Gleiche Wellenlänge: Gerhard Schröder ...



Für Willy Brandt ...



Helmut Kohl ...



... und Reinhard Hesse



... trommelte und schrieb Günter Grass



... und Golo Mann – historisches Verständnis

matischem Mit- und Bedenken für den Redner. Manche sind sogar selbst gute Redner, und sie sollten auch wissen, wie man sich fühlt, wenn man vor anderen Menschen spricht – auch wenn sie selbst nicht auf der Bühne stehen.

Redenschreiber sind keine Experten in jedem Thema. Um es pointiert zu sagen: Es ist sogar eher hilfreich, wenn sie von fast allem etwas wissen statt sehr viel über sehr wenig. Ein Zitatelexikon und ein Handbuch mit Musterreden sind aber keine Basis. Vielmehr brauchen Redenschreiber eine universale Bildung, erworben durch dauerhafte Neugier und Belesenheit. Das Fundament dafür wird durch ein abgeschlossenes Hochschulstudium gelegt und oft mehrjährige Berufspraxis in Unternehmen, Medien oder der Politik. Und nicht zuletzt sind menschliche Sensibilität und Aufmerksamkeit unverzichtbare Merkmale.

#### Das Kleingedruckte des Berufsalltags

Was spricht aus der Erfahrung von Redenschreibern für den Beruf, was vielleicht dagegen? Unsere Hamburger Kollegin Ariane Gottberg fasst die beiden Aspekte treffend zusammen: Redenschreiber solle man werden, weil man dabei lerne, Fragen zu stellen. Und man solle es nicht werden, wenn man noch nicht genügend Lebenserfahrung mitbringt, um auch die Antworten zuzuordnen. Ihr Kollege Thomas Östreicher, der bis 2000 für Ministerpräsidentin Heide Simonis in der Kieler Staatskanzlei schrieb, sieht einen anderen wichtigen Faktor in der Persönlichkeit. An die Selbstdarsteller nicht nur im PR-Bereich richtet er den knappen Hinweis: „Sie werden niemals im Mittelpunkt stehen. Wenn Sie das nicht ertragen, fahren Sie lieber Taxi.“ Für Ego-Branding bleibt da wenig Raum, denn nicht der Redenschreiber, sondern der Redner soll die Premium-Marke werden.

Doch wer nun vom Redenschreiben als ruhige, selbstbestimmte Tätigkeit im Kämmerlein träumt, liegt genauso falsch. Denn die Zeit der „Nummer Eins“ ist auch für den Redenschreiber knapp bemessen, und das wirkliche Material für die Rede steckt in der Organisation: als Wissen oder Erfahrung in den Köpfen der Kollegen. Um dieses muss der Redenschreiber mühsam ringen. Er muss mit Menschen umgehen können. Und leider steht die Organisation nicht stramm, nur weil der Schreiber etwas abliefern muss.

Windmacher und Egomane scheitern daher hier regelmäßig. Er muss auch es auch wegstecken können, dass eine andere Person den Beifall für „seine“ guten Ideen und Formulierungen bekommt. Und er muss es sogar ertragen können, wenn sich der Redner durch einen abwechslungsreichen Vortrag nur hindurchleiert, bunt ausgemalte Sprachbilder in graues Tuch hüllt und vorhandene Spurenelemente von Humor gekonnt abtötet.

#### Reden in Zeiten des Internet?

Emilio Galli-Zugaro, Kommunikationschef der Allianz-Gruppe, nahm die kluge Unterscheidung zwischen „warmer“ versus „kalter“ Kommunikation vor. Diesen Gegensatz überbrückt die Rede: Von Mensch zu Mensch hilft sie, warm zu werden, ohne auf Reichweite zu verzichten. Die Rede macht Angebote für wirksame Bilder und ist auch ad hoc ein Transportmittel mit Breitenwirkung und Aktualität. Hier nützt die Verzahnung mit der PR, und gerade Redenschreiber mit Erfahrung in diesen Funktionen plädieren häufig für mehr Zusammenarbeit als heute leider noch üblich ist. Für Andreas Horst, Unternehmenssprecher von Web.de, macht personalisierte Kommunikation für und an der Spitze den Unterschied in der öffentlichen Wahrnehmung. Er war bei der Adenauer-Stiftung mit Reden betraut und weiß: „Die Mediengesellschaft verlangt nach Köpfen. Eine Rede gibt Botschaften ein Gesicht und Persönlichkeiten ein Profil. Doch die PR muss auch erkennen, was die Rede von ihr wirklich braucht: passende Anlässe und guten Input, aber keine „Verbesserungen“ am Manuskript.“

#### Rechtsanwalt Peter Klotzki

Redeexperte („Wie halte ich eine erfolgreiche Rede“, Beck/dtv 2004). Er leitet die Pressestelle des Arbeitgeberverbands Gesamtmetall in Berlin.

#### Alexander Ross

MSc, ist Journalist und Autor (u.a. „Der perfekte Auftritt“, Murmann 2004). Er ist als Pressesprecher für die Hertie School of Governance in Berlin tätig.