

Wenn Weltrekordhalter oder Ex-Präsidenten reden

Die Suche nach dem Aha-Erlebnis

Firmen buchen zunehmend bekannte Persönlichkeiten für ihre Events

VON LAURENCE BERVARD

Bill Clinton, Tony Blair, Donald Trump und Al Gore wissen Bescheid: Mit öffentlichen Reden, kann man viel Geld verdienen. Der Erstgenannte hat sein Bankkonto zwischen 2001 und 2013 allein durch Reden mit mehr als 100 Millionen Dollar aufgestockt, wie „Washington Post“ offenlegte. In dieser Zeitspanne gab Bill Clinton 542 Reden und verdiente im Durchschnitt 200 000 Dollar (177 000 Euro). Drei Mal soll er sogar mehr als 700 000 Dollar erhalten haben.

Nun soll es auch in Luxemburg ganz einfach möglich sein, bekannte und in der Öffentlichkeit stehende Redner zu buchen. Die erste Redneragentur „Inspiring Speakers“ hilft seit einigen Wochen bei der Vermittlung von nationalen und internationalen Rednern und Referenten für Firmenveranstaltungen. „Große Firmen, die in mehreren Ländern Filialen haben, sind es bereits gewöhnt, für ihre Veranstaltungen bekannte Persönlichkeiten zu buchen, die ihre Angestellte oder ihre Kunden durch ihre Visionen inspirieren und mitreißen“, erklärt Artur Sosna, Gründer von „Inspiring Speakers“.

Mehr Sichtbarkeit und Interesse

In Luxemburg wird die Nachfrage nach Rednern, die in der Öffentlichkeit stehen, immer größer. Nicht später als diese Woche ist der amerikanische Soziologe und Ökonom Jeremy Rifkin beim „Luxembourg Sustainability Forum 2015“ als Redner geladen. Zudem kommt diese Woche die kolumbianische Politikerin Ingrid Betancourt, die von Rebellen der Guerillabewegung FARC entführt wurde, zum „Private Wealth Seminar“.

Mietet man eine bekannte Persönlichkeit für sein Event, so trägt das zur Sichtbarkeit bei und steigert automatisch das Interesse und die Teilnahme. Die Auswahl des richtigen Speakers, oder die Tatsache, dass eine Persönlichkeit das Rednerpult schmückt, kann die Veranstaltung zu einem Erlebnis ma-

chen und zu ihrem Erfolg beitragen.

3 000 Euro für 45 Minuten

Welcher Impact eine solche Persönlichkeit haben kann, weiß die Beratungsfirma Atoz, die sich letztes Jahr den Virgin-Gründer Richard Branson zu ihrem zehnten Geburtstag leistete. „Wir waren mit unserer Veranstaltung sehr zufrieden und haben von den Gästen sehr positives Feedback bekommen“, erzählt Vivien Horvath, Business Development Director bei Atoz. „Ein bekannter Redner kann besonders interessant sein, um die Kundschaft zu binden und neue Kunden anzuziehen.“ Doch räumt Horvath ein, dass die Veranstaltung langwierig und nicht immer einfach war. So hat die Beratungsfirma selbst Kontakt zum Management von Richard Branson aufgenommen und auf die Hilfe einer Redneragentur verzichtet. „Für die Planung des Events haben wir praktisch ein ganzes Jahr gebraucht. Es hat zahlreiche Konferenzerufe gegeben“, so Horvath von Atoz.

Diesen Prozess will die luxemburgische Redneragentur nun vereinfachen, ohne dass dabei zusätzliche Kosten anfallen, versichert Sosna. Denn der richtige Speaker für das richtige Event zu finden, ist nicht so einfach, wie dies auf Anhieb scheint. Es sei sehr wichtig, auf die Bedürfnisse eines Unternehmens einzugehen. „Es ist notwendig, eine Firma darauf hinzuweisen, dass der von ihnen gewünschte Speaker vielleicht nicht für ihr Event angepasst ist“, erklärt der Gründer von „Inspiring Speakers“. „Möchte jemand zum Beispiel den früheren griechischen Finanzminister Yanis Varoufakis einladen, so warnen wir sie, dass seine Sichtweise umstritten ist, und seine Äußerungen je nach dem auch als verletzend angesehen werden können. Dies könnte gegebenenfalls eine Polemik auslösen, oder sich auf den sozialen Zusammenhalt in der Firma auswirken. Als Redneragentur gilt es nicht nur, sich um die Vorbereitung zu kümmern, sondern auch mitzudenken.“

Die Redner werden nach Leistung, Leidenschaft und Authentizität ausgesucht. „Wenn ein Redner beeindruckt, kann er neues und Kreatives Denken fördern, oder als Problemlöser auftreten. Dies ist allerdings nur möglich, wenn ein Redner vertrauenswürdig und ehrlich ist“, so Sosna.

Schicksalsschläge, die bewegen

Es gilt demnach Redner einzustellen, denen in bestimmten Themen eine Expertenrolle anerkannt wird und die bereit sind, aus eigener Erfahrung und über gewonnene Erkenntnisse zu berichten. Ihre Erfolge und Niederlagen sollen nicht nur Impulse geben, sondern auch aufklären. Dabei müsse man sich ständig vor Augen halten, dass es kein Erfolgsrezept per se gibt, warnt Sosna. Die amerikanische Mentalität „Change the world in 45 minutes“ sieht auch er als überbewertet.

Demnach muss man für einen beeindruckenden Speech auch nicht unbedingt 200 000 Euro hinblättern. Im Durchschnitt zahlen Firmen 3 000 Euro für einen 45-minütigen Speech, so Sosna. Es kann demnach umso interessanter sein, einen Redner zu buchen, der weniger bekannt ist, jedoch nicht weniger aussagekräftig ist. „Hidden gems“ können Gäste durch ihre Lebenseinstellung nach einem persönlichen Schicksalsschlag bewegen und sind es öfters gewollt, maßgeschneidert auf bestimmte Thematiken einzugehen kann, die der Veranstalterfirma am Herzen liegen.

Zum Thema befragt, erklärt die Business Development Direktorin von Atoz demnach: „Es ist sehr wichtig, dass ein Redner die Werte einer Firma teilt.“

Ob es in Luxemburg wahrhaftig einen Markt für große Redner gibt, bleibt abzuwarten. Doch hier macht gerade die Rarität die Einzigartigkeit. Sosna weiß: „Das Buchen von Motivationsrednern darf nicht inflationär betrieben werden. Um zu überzeugen, gilt es besonders auf die Qualität des Redners zu achten. Hinter einem Satz muss stets Inhalt und Substanz stecken.“

La vie des sociétés

Nouvelles constitutions

H.T.S. s.à r.l.

Siège social: 2B, rue de l'Alzette, L-5812 Hesperange
Capital social: 12.500 EUR
(100 parts)

Associés: 1) Saber Brakta, consultant, demeurant à F-54320 Maxéville, 25 parts, 2) Zidane Brakta, directeur de société, demeurant à F-57340 Racrange, 75 parts
Objet: l'importation, l'exportation; l'achat et la vente de voitures neuves et d'occasion, de camions, d'engins de travaux publics, de motos, de camionnettes et généralement de tous types de véhicules; la location et l'immatriculation de tous véhicules, la vente, le montage et le démontage de pneus et la vente de pièces détachées neuves ou d'occasion de véhicules
Date de constitution: 10/04/2015

Beliso s.a.

Siège social: 6, rue Jos Seyler, L-8522 Beckerich
Capital social: 31.000 EUR
(310 actions)

Actionnaire: Manuel Dos Santos Neves, entrepreneur, demeurant à L-8521 Beckerich
Objet: l'exploitation d'une entreprise générale de construction, notamment de travaux de construction et de rénovation d'immeubles
Date de constitution: 24/04/2015

BioLux Organic Products s.à r.l.

Siège social: 15, rue de Goebange, L-8392 Nospelt
Capital social: 12.500 EUR
(100 parts)

Associé: Yves Gruber, administrateur de sociétés, demeurant à L-8392 Nospelt
Objet: la production et la vente de produits alimentaires biologiques, la vente de matériel de jardinage et l'installation de jardins portables, la location de parcelles de jardins et de jardins portables
Date de constitution: 11/05/2015

MG Office Luxembourg s.a.

Siège social: 28, route d'Arlon, L-8825 Perlé
Capital social: 31.000 EUR
(100 actions)

Actionnaire: Marianne Gaspard, demeurant à L-8825 Perlé
Objet: l'activité de secrétariat et la prestation de services administratifs, l'assistance administrative à l'exclusion de toute activité rentrant dans le domaine du conseil économique; la gestion, l'administration, la mise en valeur par vente, achat, échange, construction, location, leasing ou toute autre manière de propriétés immobilières
Date de constitution: 08/05/2015

T.C. Toitures s.à r.l.

Siège social: 28, route de Capellen, L-8279 Holzem
Capital social: 12.600 EUR
(120 parts)

Associés: 1) Tommy Vieira Da Silva, couvreur, demeurant à L-7481 Tuntange, 40 parts, 2) Claudio Scala, étancheur, demeurant à B-6791 Athus, 40 parts, 3) Romain Deiskes, ingénieur-technicien en génie civil, demeurant professionnellement à L-8279 Holzem, 40 parts
Objet: l'exploitation d'une entreprise d'isolations thermiques, acoustiques et d'étanchéité
Date de constitution: 20/04/2015

à écrire



problèmes les plus embarrassants du (PHOTO: STEVE EASTWOOD)

d'une autorité européenne de recours pour les questions d'e-commerce ou à davantage de fermeté des Etats membres dans la saisine des tribunaux de commerce en charge de régler ces litiges.

Le vice-président de l'Autorité française de la concurrence, Thierry Dahan, est venu présenter une troisième voie dans une affaire qui touche le site de réservation d'hôtels booking.com et qui concerne aussi l'Italie et la Suède: la négociation assortie d'une «clause de rendez-vous» dans deux ans, pour voir si la mesure concrète négociée a porté ses fruits... La particularité de ce cas est qu'il fait aussi l'objet d'une procédure judiciaire plus classique et que l'association des hôteliers, pas satisfaite de la solution négociée, a saisi le juge de commerce.

Juge de paix... et juge luxembourgeois de la Cour de justice de l'Union européenne, François Biltgen, a appelé à trouver le bon équilibre entre des intérêts divergents liés à la collision d'un certain nombre de problématiques bien plus larges que le simple e-commerce (propriété intellectuelle, protection des données personnelles, position dominante, etc.). «Notre approche se résume dans le fait que les deux tiers des cas dont nous sommes saisis sont des renvois préjudiciels et que l'approche doit se faire au cas par cas». Le seul cas sur le geoblocking passé par la Cour, en 2011 à propos de la Premier league, la première division de football en Angleterre... n'a jamais été suivi d'effet. Signe de ce qui reste à faire.



Für einen beeindruckenden Speech muss man nicht unbedingt 200 000 Euro hinblättern. Im Durchschnitt zahlen Firmen 3 000 Euro für 45 Minuten. (FOTO: SHUTTERSTOCK)