

GHOSTWRITERIN

SCHREIBEN FÜR'S REDEN

Dass sich nach einer gelungenen Rede aus ihrer Feder andere den Lorbeerkrantz aufsetzen und den Applaus genießen, stört Caroline Waldeck nicht. „Im Rampenlicht sollte man nicht stehen wollen“, meint die 32-Jährige, die für deutsche Politiker als Ghostwriterin arbeitet.

„Man lässt demjenigen den Vortritt, für den man schreibt.“



- Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten
- Adressen und Links

Eloquent im Hintergrund: Als Ghostwriterin legt Caroline Waldeck anderen gewählte Worte in den Mund.



Is freiberuflich tätige Redenschreiberin legt Caroline Waldeck Firmenchefs oder Politikern die richtigen Worte und manchmal auch Argumente in den Mund – ohne dass ihr eigener Name jemals öffentlich genannt wird. Denn das wäre schlecht für's Geschäft:

Wer gibt schon gerne zu, dass er zwar ein Unternehmen führen kann, ihm aber die richtigen Worte für den großen Auftritt fehlen? „Diskretion ist Pflicht“, heißt denn auch das wichtigste Arbeitsprinzip der Ghostwriterin.

Politische Kommunikation statt Journalismus

Nach ihrem Magisterstudium der Philosophie und der Volkswirtschaftslehre in München wollte Caroline Waldeck eigentlich Journalistin werden. „Doch damals waren Volontariate nur schwer zu bekommen“, sagt sie. Also orientierte sie sich um, entschied sich für den Bereich politische Kommunikation und bewarb sich im Berliner Büro der Bundestagsabgeordneten Kristina Köhler. Als wissenschaftliche Mitarbeiterin verfasste sie fünf Jahre lang Pressemitteilungen, bereitete Sitzungsunterlagen vor – und entdeckte ihre Liebe zum Redens Schreiben. 2007 wechselte sie in die Abteilung Presse und Kommunikation der Bundestagsverwaltung – und

verfasst seither Reden für einen Politiker, den in Deutschland jeder kennt. Demnächst kehrt sie zu ihrer ehemaligen Arbeitgeberin Kristina Köhler zurück, die mittlerweile Bundesfamilienministerin ist.

Keine Rede ohne Briefing

„Das Redens Schreiben ist etwas Individuelles“, erklärt Caroline Waldeck. Manche ihrer Kunden legen großen Wert auf ein detailliertes Briefing, bei anderen reichen ein paar Stichpunkte. Immer jedoch muss vorab geklärt werden: Wer ist die Zielgruppe, wer sitzt im Publikum, welchen Typus repräsentiert der Redner? „Danach wird mit dem Auftraggeber die Kernbotschaft abgestimmt, ich entwickle das Redegerüst und die Argumentation und recherchiere Inhalte“, erläutert die Ghostwriterin.

Die Rede sollte dabei immer zum Redner passen. „Wenn sie nicht authentisch wirkt, wenn es nicht seine Sprache ist, dann ist sein Vortrag unglaubwürdig“, weiß Caroline Waldeck. Ein Gespür für den Redner und vor allem für die Sprache sei daher wichtig. Außerdem müsse man bereit sein, sich schnell in neue Themen einzuarbeiten. Mit Zeitdruck hat sie längst gelernt umzugehen: Nicht selten muss die perfekte Rede innerhalb von zwei Tagen getextet sein. <<

