

Checkliste Interview

Häufigste Gesprächssituationen mit Medienvertretern

- Pressegespräch: Telefonisch oder vor Ort
- Telefoninterview für Presse oder Radio
- Statement für Radio oder Fernsehen
- Auftritt als Studiogast
- Live-Schaltung von einem nahen in ein entferntes Studio
- Talkshow
- Podiumsdiskussion

Ob Kurzstatement oder großer Medienbahnhof: Um die eigene Botschaft überzeugend zu transportieren, sollten Sie jedes Interview gründlich vorbereiten. Interviews scheinen die einfachste Form der Medienarbeit zu sein, haben aber Ihre Tücken. Gesagt ist gesagt. Deshalb nie spontan und sofort ein Interview geben. Drei Minuten sind das Minimum, um sich auf die Situation einzustellen und sich ggf. medientauglich zu machen. Stellen Sie sich auch jedes Mal die Frage, ob das öffentliche Gespräch den Unternehmenszielen und Ihrem Image nützen oder schaden würde.

Sofort nach der Interviewanfrage

- Bietet das Medium überhaupt ein Umfeld für die Ziele und Positionen Ihres Unternehmens?
- Welches sind die Zielgruppen des Mediums?
- Wie sind Redaktion und Moderator/Reporter ausgerichtet? Gibt es Eigenarten oder Marotten?
- Ist Ihr Unternehmen tatsächlich der richtige Ansprechpartner?
- Sind Sie in Ihrem Unternehmen der richtige Gesprächspartner?
- Sind Sie mit dem Gesprächsthema wirklich vertraut?
- Haben Sie genügend Zeit, sich vorzubereiten?

Vor dem Interview: Die Lage klären

- Wie haben unterschiedliche Medien in letzter Zeit über das Thema berichtet?
- Wie denkt der Mensch auf der Straße zu diesem Thema? Was schreibt „Bild“?
- Wie lauten die Argumente der Kritiker Ihrer Branche, Ihres Unternehmens oder Ihrer Positionen?
- Welche Kritiker, Experten, Umfragen oder Studien könnte Ihr Gesprächspartner ins Spiel bringen?
- Wie plausibel sind Ihre Argumente? Haben Sie sie an Laien getestet?
- Welche Fragen sind Ihnen am unangenehmsten? Wie reagieren Sie darauf?

Vor dem Interview: Taktik entwickeln

- Welche Botschaft(en) wollen Sie unbedingt vermitteln?
- Welche thematischen Aufhänger eignen sich, um auf die Botschaft hinzuführen?
- Mit welchen Argumenten befinden Sie sich mit der Zielgruppe des Mediums auf einer Linie?
- Welche Taktik hat Ihr Gesprächspartner in früheren Interviews verfolgt?
- Bei welchen Gegenargumenten zeigen Sie sich kompromissbereit, bei welchen nicht?
- Wie reagieren Sie auf emotionale oder unsachliche Angriffe gegen Ihr Unternehmen oder Ihre Person?

Kurz vor dem Interview

- Am besten stehen. Auch im Telefoninterview. Das fördert den authentischen Stimmklang.
- Programmieren: „Gut, dass ich meine Meinung/Haltung/Forderung äußern darf. Ich weiß, was ich sage. Ich bin ganz für Sie da!“

Im Interview

- Zuhören. Nachdenken. Langsam sprechen. Niemand verlangt Antworten wie aus der Pistole geschossen.
- Nicht zulange sprechen. Exakt die Frage beantworten. Mit jedem Satz steigt das Risiko, Dinge zu sagen, die Sie eigentlich nicht sagen wollen.

- ☐ Ideal ist das Fünfsatzschema: Der erste Satz nimmt die Frage auf und ordnet sie (in der Regel positiv) ein. Sätze zwei bis vier bringen die Argumente, Satz fünf als Schlussfolgerung die eigentliche Antwort („Und deshalb ...“). So ein Statement hat auch die ideale Schnittlänge für Radio- und TV-Leute.
- ☐ Enthält eine Frage oder Feststellung des Interviewers eine Unterstellung oder Falschaussage, sofort zurückweisen oder richtigstellen.
- ☐ Interviewer sind oft nett und verführen zum Plaudern. Dennoch: Alles, was Sie sagen und tun, kann gedruckt oder gesendet werden.

Im Radio- und TV-Interview

- ☐ Kleidung: Viel Weiß, Rot und Schwarz meiden. Strümpfe statt Socken. Auf Jackensaum setzen.
- ☐ Mikrofon: Solange Sie das Mikrofon angesteckt haben oder sehen, keine nicht-offiziellen Äußerungen machen.
- ☐ Haltung: Füße hüftbreit stellen. Immer zum Interviewer blicken. Lächeln - aber nicht grinsen. Hände zu Beginn in Bauchhöhe halten oder seitlich hängen lassen.
- ☐ Sprache: Langsam sprechen. Höchstens fünf Sätze lange (vorbereitete) Statements abgeben.

www.kalkbrenner-kommunikation.de

post@kalkbrenner-kommunikation.de

0 15 75 – 588 65 74