



# Medientraining

**Dr. Heinz Ortner**

## Ihr Auftritt in den Medien

Führungskräfte stehen immer öfter vor der Herausforderung, ihre Vorhaben und Entscheidungen öffentlich kommunizieren zu müssen. Gegenüber den Mitarbeitern und der Gesellschaft.

Der regelmäßige Kontakt zu den Medien gehört daher zu den zentralen Aufgaben des modernen Managements. Verantwortliche in Politik, Wirtschaft und Institutionen sind gefragte Gesprächspartner der Journalisten.

Je weiter Sie auf der Karriereleiter nach oben klettern, desto größer wird die Wahrscheinlichkeit, dass Sie eines Tages interviewt werden. Print- und elektronische Medien können auf authentische

Aussagen entscheidender Personen nicht verzichten.

Während das Zeitungs-Interview ein beliebtes, weil belebendes Stilmittel ist, erhöhen Interviews in Radio und Fernsehen die Glaubwürdigkeit eines Berichts.

Wenn es heißt "Bitte zum Interview ...", ist das eine wertvolle Chance für Sie, sich und Ihre Anliegen einem breiten Publikum zu präsentieren! Allerdings eine Chance mit Risiko.

Für viele Menschen ist ein Auftritt im Rampenlicht ungewohnt. Diese unnatürliche Situation verursacht Nervosität, Stress und Lampenfieber.

### Interviews können Sie vorbereiten und sollten Sie üben!



Diese Unterlagen werden Sie dabei unterstützen, sie stellen eine an der Praxis orientierte Ergänzung zu Ihren Trainingseinheiten dar.

Viel Erfolg!

A handwritten signature in black ink that reads 'Heinz Ortner'.

Heinz Ortner

# Inhalt

<b>1. Grundsätzliches in aller Kürze</b>	<b>4</b>
<b>2. Unterschiedliche Interview-Formen</b>	<b>6</b>
<b>3. Bevor es los geht</b>	<b>7</b>
<b>4. Checkliste: Vorbereitung</b>	<b>9</b>
<b>5. Story, Botschaft und „Sager“</b>	<b>10</b>
<b>6. Checkliste: Botschaft und „Sager“</b>	<b>14</b>
<b>7. Fragen über Fragen</b>	<b>15</b>
<b>8. Ihr Auftritt bitte!</b>	<b>18</b>
<b>9. Nach Ihrem Interview</b>	<b>23</b>
<b>10. Lesetipps</b>	<b>25</b>
<b>11. Trainerprofil und Angebot</b>	<b>26</b>

Dieses Skriptum soll Ihnen vor allem zum Nachlesen dienen. Nach einigen Abschnitten sind Arbeitsblätter und Checklisten eingefügt, die jederzeit auch einzeln und per E-Mail angefordert werden können.

Mehr Informationen unter [www.ortner.info/downloads/](http://www.ortner.info/downloads/) und [www.ortner.info/podcast/](http://www.ortner.info/podcast/)

# 1. Grundsätzliches in aller Kürze



Wenn Sie ein Interview geben, hinterlassen Sie Spuren, Ihre Aussagen und Haltungen werden für andere erlebbar. Was einmal ausgesprochen ist, kann geschrieben und gesendet werden. Andere können es sehen, hören oder lesen. Sie bieten Angriffsflächen, legen Zeugnis ab und können noch Jahre später zitiert und gefunden werden.

In den sozialen Medien hinterlassen Sie erst recht digitale Spuren – sogar dann, wenn Sie selber gar nicht auf Facebook, YouTube oder Google+ vertreten sind.

## **Die Frage nach dem ob**

Bevor Sie also darüber nachdenken, **wie** Sie mit einer Interview-Situation am besten umgehen, fragen Sie sich, **ob** Sie **überhaupt** ein Interview geben oder nicht. "Lieber eine Sekunde feig als ein Leben lang tot!" klingt vielleicht etwas übertrieben, deutet aber an, worum es geht.

Die Möglichkeit, einfach nein zu sagen, gibt es immer. Wollen Sie zum angekündigten Thema etwas sagen, können Sie sich entsprechend vorbereiten und ist der Zeitpunkt für Sie günstig? Sind Sie im Moment ruhig und konzentriert oder gestresst und angespannt?

Prüfen Sie stets, was für Sie am besten ist. Sie können Ihre Ablehnung begründen und noch immer einen späteren Gesprächstermin in Aussicht stellen.

### **Wer ist der Stärkere?**

"Wer fragt, führt!" hören wir oft, wenn wir uns mit der menschlichen Kommunikation auseinandersetzen. Das würde eindeutig darauf hinweisen, dass der Journalist im Interview dominiert und die besseren Karten hat. Er bestimmt, ob und wie Ihr Anliegen transportiert wird und wählt aus, welcher Teil des Interviews gebracht wird.

Aber auch Sie haben gute Chancen! Diese bestehen einmal darin, dass Sie in Journalisten – zumindest meistens – faire Gesprächspartner haben. Sie entscheiden, welche Information Sie geben und welche nicht. Sie können die oft versteckten Absichten des Gegenübers erkennen und trotzdem Ihre eigenen Anliegen ansprechen.

### **Worauf es ankommt**

Wie bei jedem Auftritt in der Öffentlichkeit ist das Wichtigste, dass Sie gut vorbereitet und gut drauf sind! Sorgen Sie also dafür, dass Sie genug Zeit haben, sich vorzubereiten. Wählen Sie einen Moment aus, bei dem Sie sich auf das Interview konzentrieren können und den Kopf frei haben.

### **Lassen Sie sich nicht unter Druck setzen!**

Sie entscheiden, ob Sie überhaupt ein Interview geben. Sie können einen für Sie ungünstigen Termin ablehnen. Vereinbaren Sie einen Ort, an dem Sie sich wohlfühlen und wo Sie ungestört sind.

### **Nützen Sie Ihre Chance!**

Grundsätzlich ist es einmal erfreulich, wenn Journalisten Sie für einen relevanten Informationsträger halten, dessen Statement die Menschen interessiert. Eine gute Vorbereitung erhöht die Chance, Ihre Anliegen und Themen in die Öffentlichkeit zu bringen. Der Journalist stellt Fragen und hat sich einen Fahrplan zurechtgelegt. Die Antworten kommen von Ihnen! Sie bestimmen selber, was sie sagen und was nicht.

### **Welche Interview-Form liegt Ihnen?**

Auf der nächsten Seite werden verschiedene Typen von Interviews vorgestellt. Prüfen Sie, welche Ihnen am meisten liegen und welche Situationen Sie eher vermeiden sollten.

### **Trainieren und üben**

Üben Sie Ihre öffentlichen Auftritte so oft Sie dazu Gelegenheit haben! Ob Sie dabei mit einem Coach zusammenarbeiten, Seminare besuchen oder im Freundeskreis diskutieren, ist Ihre Entscheidung.

### **Wichtig ist, dass Sie dann gut sind, wenn's drauf ankommt!**

Der Weg dorthin bleibt Ihnen überlassen, nur auf den Zufall sollten Sie sich besser nicht verlassen.

## 2. Unterschiedliche Interview-Formen

Interview ist nicht gleich Interview. Manchmal geht es um Auskünfte, ein anderes Mal findet ein Schaukampf auf Biegen und Brechen statt. Verschiedene Interview-Typen und -Situationen bedeuten für Sie mehr oder weniger Aufwand, Stress und Vorbereitung. Ein kurzer Überblick über mehrere Unterscheidungsmöglichkeiten:

### **Was interessiert die Journalisten?**

- Interview zur Person: Der Befragte steht im Mittelpunkt.
- Interview zur Sache: Sachliche Information ist gefragt.
- Meinungs-Interview: Der Journalist will Ihre Meinung hören.
- Interview in der Krise: Wie informieren Sie die Öffentlichkeit?

### **Mit welchem Medium haben Sie es zu tun?**

- Im Printmedium: Aus einem Gespräch wird ein Zeitungstext.
- Im Radio mit Nachbearbeitung: Ihr Beitrag wird geschnitten.
- Im Radio live: Ihre Stimme macht Stimmung.
- Im Fernsehen mit Nachbearbeitung: Was bleibt da noch über?
- Im Fernsehen Live: Da geht der Adrenalinpiegel in die Höhe!
- Eine schnelle Aufnahme mit dem Smartphone für ein Kurzvideo auf YouTube?

### **Wo werden Sie interviewt?**

- An einem neutralen Ort: Sie sollen sich dort wohlfühlen.
- An Ihrem Arbeitsplatz: Meistens Heimvorteil für Sie!
- Am Telefon: Vorsicht, rufen Sie in fünfzehn Minuten zurück!
- Pressekonferenz: Der Ort soll Ihnen und Journalisten gefallen.
- Im Studio: Scheinwerfer und Heimvorteil für den Journalisten.
- Im Freien: Eventuell Sonne oder Lärm, sonst angenehm.

### **Ihre Körperposition**

- Im Sitzen: Bitte nicht zu bequem oder gar zurücklehnen.
- Sie sitzen an einem Tisch: Bleiben Sie lebendig und aktiv!
- Stehend frei: Hände beim Reden oberhalb der Taille lassen!
- Sie stehen an einem Tisch oder Pult: Das gibt Sicherheit.

### 3. Bevor es los geht



Viele Faktoren, die ein erfolgreiches Mediengespräch ausmachen, werden bereits vor Ihrem eigentlichen Auftritt entschieden. Der Journalist wird Ihnen meistens gut vorbereitet gegenübertreten. Er hat sich bestimmte Fragen überlegt und weiß ziemlich genau, was er von Ihnen wissen möchte.

#### **Nehmen Sie die Sache ernst!**

Auch für Sie ist es wichtig, gut vorbereitet zu sein und sich rechtzeitig mit allen Rahmenbedingungen auseinanderzusetzen. Je mehr Sie im Vorfeld klären können, desto eher bleiben Ihnen unangenehme Überraschungen erspart!

#### **Vermeiden Sie Zeitdruck!**

Nehmen Sie sich zumindest einige Minuten Zeit, um sich auf die Interview-Situation vorzubereiten. Die meisten Fehler passieren bei unüberlegten Schnellschüssen. Versuchen Sie, Überraschungsversuche als solche zu erkennen und gehen Sie ihnen möglichst aus dem Weg!

#### **Achtung, ein Journalist ist am Telefon! „Darf ich Sie bitte zurückrufen?“**

Besonders gefährlich sind Telefon-Interviews. Ein Journalist ruft Sie an, plaudert mit Ihnen ein bisschen und bald schon befinden Sie sich im schönsten Frage-und-Antwort-Spiel. Wenn Sie solche Gespräche tags darauf in der Zeitung lesen oder im Radio hören, zählen sie selten zu den Glanzleistungen Ihrer Öffentlichkeitsarbeit.

Besser ist, Sie fragen kurz nach, worum es geht und wie dringend Ihre Wortspende benötigt wird. Fast immer haben Sie noch mindestens fünfzehn Minuten Zeit, sich zu sammeln, bei Bedarf Rücksprache zu halten und sich zu konzentrieren. Manchmal steht Ihnen sogar mehr Zeit zur Verfügung. Vereinbaren Sie einen neuen Gesprächstermin und rufen Sie verlässlich zurück. Pünktlichkeit ist auf jeden Fall ein guter Einstieg in ein Gespräch mit dem Redakteur!

### **Sprechen Sie vorher mit dem Journalisten!**

Zum A und O einer guten Vorbereitung gehört ein ausführliches Vorgespräch mit dem Journalisten. Sie gewinnen Zeit und können sich vor dem eigentlichen Interview auf Ihr Gegenüber einstellen, das Thema klären und auch darauf aufmerksam machen, worüber Sie auf keinen Fall sprechen möchten. Sie machen sich Notizen und können Ihre späteren Antworten schon ein wenig vorformulieren. Noch stellen Sie die Fragen:

- Was will der Journalist von Ihnen wissen?
- Für welches Medium, Ressort oder welche Sendung ist das Interview gedacht?
- Wer ist Ihre Zielgruppe?
- Wie viel Platz ist im Printmedium für Ihr Statement vorgesehen, wie viel Sendezeit im Rundfunk oder Fernsehen?
- Warum werden ausgerechnet Sie interviewt?
- Wer wird sonst noch befragt? Ist Ihre Aussage eine von mehreren oder wird nur Ihre Stellungnahme prominent gebracht?

### **Wer ist Ihr Gegenüber? Welche Person?**

Setzen Sie sich intensiv mit dem Gesprächspartner auseinander! Versuchen Sie, seine Interessen und Lieblingsthemen herauszufinden. Beschäftigen Sie sich mit seinen letzten Artikeln oder Sendungen und sprechen Sie ihn im Vorgespräch darauf an! Journalisten sind auch nur Menschen ...

### **Wann und wo treten Sie auf?**

Bestimmen Sie nach Möglichkeit Ort und Termin Ihres Interviews mit. Sie sollen entspannt sein, sich wohlfühlen und ein für Sie passendes Umfeld finden! Lassen Sie vor allem bei Fernseh-Interviews keine "Fouls" im Hintergrund zu und wählen Sie eine vorteilhafte Position! Teilen Sie dem Reporter mit, ob und wo Sie sitzen oder stehen möchten. Sie signalisieren damit auch Souveränität und Selbstsicherheit!

### **Was möchten Sie transportieren? Wie lautet Ihr Anliegen?**

Legen Sie fest, was Sie unbedingt in Ihrem Statement unterbringen möchten. Formulieren Sie Ihre Botschaft für Ihre Zielgruppe! Mehr im nächsten Kapitel.

## 4. Checkliste: Vorbereitung

<b>Was will der Journalist von Ihnen wissen?</b>	
<b>Wer bringt das Interview (Medium, Ressort / Sendung)?</b>	
Ihre Zielgruppe	
Platz im Printmedium	
Sendezeit	
<b>Warum werden Sie interviewt? Wer wird sonst noch befragt?</b>	
<b>Wer ist Ihr Gegenüber? Welche Person?</b>	
Interessen	
Lieblingsthema	
<b>Wann und wo treten Sie auf?</b>	
Termin	
Ort und Umfeld	
Im Stehen oder Sitzen	
<b>Was möchten Sie in Ihrem Statement unbedingt unterbringen?</b>	

## 5. Story, Botschaft und Ihr "Sager"



Ihr Thema haben Sie bereits im Vorgespräch mit dem Journalisten eingegrenzt. Vielleicht haben Sie auch erfahren, in welche Richtung die Fragen im offiziellen Teil Ihres Gesprächs gehen werden. Jetzt beginnt die Ungewissheit, jetzt begeben Sie sich aufs sprichwörtliche Glatteis, aber:

### **Was sie sagen, bestimmen Sie immer noch selber!**

Trotz allem haben Sie nun die Chance, unabhängig von den Vorstellungen Ihres Gegenübers Ihr Anliegen und Ihre Botschaft zu transportieren! Wer hier ein klares Ziel hat, kann es erreichen oder auch nicht. Wer ein Interview einfach auf sich zukommen lässt, wird hingegen nachher selten zufrieden sein.

### **Ihre Story**

Betrachten Sie Ihr Thema nun einmal mit den Augen des Journalisten: Bringen Sie Ihr Vorwissen und die verschiedenen Aspekte zum Thema auf den Punkt. Machen Sie daraus eine spannende Geschichte, eine "Story" für die Medien! "Bad news are good news!" stimmt da nicht ganz. Jede Sensation zählt – auch die positive!

### **Was zeichnet eigentlich eine gute Story aus?**

- Aktuell und neu ("News"-Wert)
- Selten, ungewöhnlich und sensationell
- Spricht Gefühle an und erzeugt Betroffenheit
- Handelt von bekannten Personen oder Unternehmen
- Verständlich, konkret und nachvollziehbar

Erfüllen Ihre Aussagen mindestens eines dieser Kriterien, werden Sie auf Interesse stoßen – beim Interviewer und beim Publikum!

### **Wie lautet Ihre Botschaft?**

Jetzt sind Sie wieder gefordert und sollten aus Ihrer Story Ihr Hauptanliegen herausfiltern, Ihre Botschaft, Ihre "Message" entwickeln. Was wollen Sie den Lesern, den Zuhörern oder den Zuschauern unbedingt sagen? Was soll auf jeden Fall hängenbleiben?

### **Die Schlagzeilentechnik**

Besonders hilfreich ist hier die sogenannte Schlagzeilentechnik. Formulieren Sie Ihre Kernaussage als Zeitungsschlagzeile, die kurz und verständlich Ihr wichtigstes Anliegen umreißt. Schaffen Sie das nicht sofort, dann suchen Sie jedenfalls nach einer Alternative!

### **Was bleibt übrig?**

Mit Ihrer vorbereiteten Schlagzeile haben Sie zumindest die Chance, zu Ihrer Zielgruppe durchzukommen. Auch die härtesten Fragen des Journalisten dürfen Sie nicht davon abhalten, Ihre "Message" wirkungsvoll in Ihren Antworten zu platzieren. Sie soll den Weg in die Zeitung finden, auch nach dem Schneiden noch in die Sendung kommen und in einem Live-Gespräch auffallen!

### **Nur eine Botschaft**

Bringen Sie in Ihrem Statement möglichst nur eine Botschaft, die sich wie ein Roter Faden durch das Interview zieht! Verzetteln Sie sich nicht und kehren Sie, wann immer das möglich ist, mehrmals zu Ihrer Kernaussage zurück!

### **Machen Sie den Gegencheck!**

Behalten Sie stets Ihre Zielgruppe im Auge, deren Interessen, Sorgen und Bedürfnisse. Machen Sie den Gegencheck und prüfen Sie, ob Ihr Hauptanliegen auch die Menschen betrifft und berührt, die Sie in erster Linie ansprechen wollen.

### **Planen Sie Ihren "Sager"!**

Die Krönung Ihrer Vorbereitung auf das Interview besteht darin, jetzt noch einen passenden "Sager" zu finden: Einen Satz, der unter die Haut geht, der besonders anschaulich, griffig, kritisch oder pointiert ist. Journalisten warten darauf und werden ihn gerne zitieren!

Grund genug für Sie, rechtzeitig selber einen Sager zu formulieren, um ihn dann geschickt in Ihr Statement einzubauen!

Ein berühmter "Sager" von Michail Gorbatschow ist in die Geschichtsbücher eingegangen: "Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben!"

### **Sprechen Sie über die Zukunft!**

Beschäftigen Sie sich in Ihren Hauptaussagen stets mit der Zukunft. Vermeiden Sie es, Vergangenes zu rechtfertigen oder langatmig zu erklären. Wie sind die Fakten zurzeit? Was soll sich ändern? Wie schaut der Weg dorthin aus? Was liegt Ihnen dabei besonders am Herzen?



### **Die Dramaturgie Ihres Auftrittes**

Erfüllen Sie Ihren Auftritt mit Leben, bringen Sie konkrete Beispiele und verwenden Sie anschauliche Bilder, zeigen Sie Emotion und stellen Sie Betroffenheit her.

Beim Einstieg sollten Sie Aufmerksamkeit erregen und Spannung erzeugen. Am Schluss geht es darum, Ihre Aussagen auf den Punkt zu bringen und einen nachhaltigen Eindruck zu hinterlassen.

Diese "Dramaturgie-Kurve" gilt für das gesamte Interview ebenso wie für die Beantwortung der einzelnen Fragen. Achten Sie darauf, wann Sie Ihre Botschaft und Ihren Sager bringen!

**Manchmal kommt es anders ...**

Sie haben sich bestens vorbereitet. Was Sie zu sagen haben ist jedenfalls eine Story, Sie kennen Ihre Botschaft und haben sogar einen pointierten Sager parat.

Trotzdem ist Ihr Gespräch ganz anders verlaufen, als Sie gedacht haben. Der fragende Journalist führt das Gespräch und bringt Sie gehörig ins Schwitzen. Sie werden unsicher und nervös. Das kann jedem hin und wieder passieren. Manchmal kommt es eben anders ...

Und dennoch: Selbst wenn Sie Ihr Interview oft nur wenige Minuten lang vorbereiten konnten, haben Sie wesentlich professioneller gehandelt als die meisten Menschen, die täglich befragt werden.

Wer kein Ziel hat, ist auch nicht schneller dort! Die Mühe, sich professionell mit einem öffentlichen Auftritt auseinanderzusetzen, lohnt sich immer. Vielleicht war sie für dieses eine Mediengespräch umsonst und Sie profitieren erst beim nächsten Mal!

## 6. Checkliste: Botschaft und "Sager"

**Ihr Interviewthema**

**Mit den Augen des Journalisten: Worin besteht die Story?**

Aktuell & neu – selten & ungewöhnlich – Gefühle & Betroffenheit

Bekannte Personen & Unternehmen – verständlich / konkret / nachvollziehbar

**Ihr Hauptanliegen, Ihre Botschaft:**

1.

2.

3.

**Gegencheck: Wem nützt es? Sprechen Sie über die Zukunft?**

**Ihr Sager!**

## 7. Fragen über Fragen

Der Journalist hat einen großen Vorteil: Meistens kann er sich besser vorbereiten als Sie und überlegt sich ein ganzes Repertoire von Fragen, um zu seinen Informationen zu gelangen.

### **Welche Fragen sind zu erwarten?**

Analysieren Sie, welche Fragen auf Sie zukommen könnten, auch solche, die nicht nur Ihr Unternehmen, sondern die gesamte Branche oder ihre Randbereiche betreffen. Prüfen Sie vor allem, welche Fragen Ihnen unangenehm sind, wie Sie damit umgehen und wo Sie dann trotzdem Ihre Botschaft und Ihren Sager setzen können!

### **Sagen Sie die Wahrheit, auch wenn das schwer ist!**

Beantworten Sie die Fragen des Journalisten ehrlich oder gar nicht. Sie müssen nicht auf alles eine Antwort geben, einen Antwortzwang gibt es nicht. Sie müssen auch nicht alles sagen, was Sie wissen. Gehen Sie "ökonomisch" mit der Wahrheit um, aber lügen Sie nie!

### **Das Wichtigste zuerst**

Erfolgreich sind Sie dann, wenn es Ihnen gelingt, Ihre Botschaft gleich am Anfang Ihres Statements unterzubringen. Benutzen Sie möglichst schon die erste Frage als Sprungbrett, um Ihre Kernaussage zu bringen, um Ihre eigene Schlagzeile zu setzen!

### **Weniger ist mehr**

Antworten Sie kurz, präzise und klar. Schweifen Sie nicht ab, sondern beschränken Sie sich auf das Wesentliche. Weniger ist mehr! Und die Gefahr, dass etwas verzerrt wiedergegeben oder missverstanden wird, hält sich in Grenzen.



### Die wichtigsten Fragetypen:

- Offene Fragen
- Geschlossene Fragen, Entscheidungs- oder Alternativfragen
- Suggestivfragen, Unterstellungen



### Offene Fragen

Beispiel: Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit Interviews gemacht?

- ! Gefahr: Sie geben dem Redakteur durch eine lange Antwort viel Material in die Hand, aus dem er später auswählen kann.
- ✓ Ihre Chance: Sie können umfassend antworten, dem Thema eine Richtung geben und jetzt schon Ihre Botschaft unterbringen.

### Geschlossene Fragen, Entscheidungs- oder Alternativfragen

Beispiele: Stimmt es, dass Sie nicht gerne vor der Kamera stehen? Sind Sie zu nervös oder bleiben Sie lieber im Hintergrund?

- ! Gefahr: Wer zu rasch auf die angebotenen Antwortmöglichkeiten eingeht, lässt sich leicht vom eigenen Anliegen abdrängen.
- ✓ Ihre Chance: Die Frage zurückweisen, eine Gegenfrage stellen oder eine weitere Alternative aufzeigen.

### Suggestivfragen

Beispiel: Warum scheuen Sie denn das Licht der Öffentlichkeit?

- ! Gefahr: Scheinbar in die Enge getrieben werden Sie unsicher.
- ✓ Ihre Chance: Suggestivfrage als solche erkennen, die Unterstellung sofort zurückweisen und eigene Anliegen bringen.

### **Weisen Sie falsche Behauptungen zurück!**

Lassen Sie Unterstellungen auch in Frageform nie im Raum stehen! Und vermeiden Sie vor allem einen Fehler: Wiederholen Sie unterstellende Fragen nicht in Ihrer Antwort! Sie übernehmen damit – unbewusst – negative Formulierungen und verstärken sie.

### **Auch so können Sie sich gegen unangenehme Fragen wehren:**

- Abweichen: "Zuerst einmal möchte ich feststellen, ..."
- Ein Detail herausgreifen, zu dem Sie gute Argumente haben.
- Scheinbares Eingehen: Pauschal recht geben, aber ...
- Relativieren: Beziehung zu anderen Fakten herstellen.
- Zeit gewinnen: Nachfragen, um Präzisierung ersuchen und Gegenfragen stellen: "Wie meinen Sie das genau?"
- Akzeptieren: Lassen Sie berechnete Einwände einfach gelten.

Egal, welche Strategie Sie hier wählen: Achten Sie darauf, dass Sie sympathisch bleiben. Die meisten Interviews sind keine öffentlichen Schaukämpfe sondern Gespräche auf Augenhöhe!

## 8. Ihr Auftritt bitte!



Ältere Untersuchungen zeigen, dass die Wirkung eines Fernseh-Interviews nur etwa zu 10 % bis 20 % davon abhängt, was Sie sagen. Die übrigen 80 % und mehr gehen auf andere Faktoren zurück: Körpersprache, persönliche Ausstrahlung, Äußeres, Stimme und Rhetorik. Ob diese Zahlen nun stimmen oder nicht: Auch im Gespräch mit Zeitungs-Journalisten ist es wichtig, wie Sie sich präsentieren. Erst wenn Sie glaubwürdig und authentisch auftreten, wird der Inhalt Ihrer Aussagen beim Gegenüber ankommen!

### **Wohl fühlen ist das Wichtigste**

Was bedeuten diese Erkenntnisse für Ihren Erfolg im Interview? Sie sollen sich bei Ihrem Auftritt in jeder Hinsicht wohl fühlen! Sorgen Sie dafür, dass Sie körperlich und mental in der besten Verfassung sind. Wo immer Sie das selber beeinflussen können, tun Sie es!

### **Eine Frage der Einstellung**

Gehen Sie mit einer positiven Einstellung auf Ihren Gesprächspartner zu! Sie haben sich gut vorbereitet und Sie haben etwas zu sagen. Ihr Auftritt ist eine gute Chance, sich selber und Ihre Anliegen den Medien und damit einem breiten Publikum zu präsentieren.

### **Gutes Timing ist gefragt, nehmen Sie sich Zeit!**

Seien Sie pünktlich am Ort des Interviews oder ein bisschen früher. Machen Sie sich mit der Umgebung vertraut, beseitigen Sie vielleicht noch vorhandene Störungen und wählen Sie sich einen günstigen Platz aus. Reden Sie noch vor dem Interview mit dem Journalisten und versuchen Sie, von Beginn an eine angenehme Gesprächsatmosphäre herzustellen.

### **Essen und Trinken**

Etwa eine Stunde vor Ihrem Interview sollten Sie besser nichts mehr essen und auch davor nicht allzu schwere Kost. Trinken Sie dafür genug – am besten Wasser oder Fruchtsaft. Sie brauchen Ihr Blut im Kopf und nicht im Magen!

### **Zuhören und konzentrieren**

Gehen Sie auf den Journalisten ein, schauen Sie ihn an und konzentrieren Sie sich auf seine Fragen. Sollten Sie etwas nicht verstehen, fragen Sie nochmals zurück. Hören Sie genau zu, lassen Sie sich nicht aus der Ruhe bringen und warten Sie noch einen Moment, bevor Sie zu sprechen beginnen.

### **Ihre Stimme**

Die Stimme macht Stimmung: besonders im Radio und im Fernsehen. Atmen Sie durch den Bauch, Sie bekommen so mehr Luft und den sprichwörtlichen "langen Atem".

Sprechen Sie deutlich und artikuliert. Und gehen Sie mit Ihrer Stimme erst herunter, wenn Sie einen wichtigen Gedanken ausgeführt haben. Hier kann geschnitten werden!



### **Ihre Sprache**

Bringen Sie Ihre Kernaussagen gleich am Anfang und geben Sie jeweils nur eine Information pro Antwort! Wiederholen Sie Ihre Botschaft im Interview mehrmals. Sprechen Sie engagiert und mit Temperament, verwenden Sie Bilder, Beispiele und Vergleiche. Reden Sie in klaren und einfachen Sätzen und halten Sie sich kurz! Machen Sie Pausen, um das Gesagte zu unterstreichen.

### **Verständlich sein**

Wählen Sie eine Sprachebene, die der Journalist und Ihre Zielgruppe verstehen! Setzen Sie Fremdwörter sparsam ein. Auch gegenüber Fachjournalisten sollten Sie Spezialbegriffe vermeiden oder im darauffolgenden Satz erklären. Setzen Sie nicht zu viel voraus und sprechen Sie vor allem in Interviews mit den Massenmedien so, dass ein 15-Jähriger Sie verstehen kann!

### **Persönlich bleiben**

Verschanzen Sie sich nicht hinter Ihrer Firma oder Institution! Sprechen Sie in einer persönlichen Form: Nicht "Das Unternehmen ..." oder "Wir hier bei ... denken" sondern "Ich denke". Vermeiden Sie jede Form von "Beamtendeutsch".

### **Sprechtempo und Pausen**

Ein langsames Redetempo als normal bietet Ihnen, dem Reporter und den Zuhörern oder Zusehern nur Vorteile: Sie können Ihre Gedanken besser formulieren, Ihnen zu folgen wird ebenfalls leichter. Dasselbe gilt für Pausen.

Machen Sie nach entscheidenden Aussagen und "Sagern" bewusst rhetorische Pausen. Sie unterstreichen damit deren Wichtigkeit und erhöhen die Chance, dass sie beim Gegenüber ankommen!

### **Körperhaltung und Gestik**

Finden Sie heraus, in welcher Position Sie sich bei einem Interview am wohlsten fühlen: Im Sitzen, im Stehen, mit Tisch, mit Stehpult oder anders. Unterlassen Sie einstudierte Gesten; versuchen Sie einfach, Ihre Hände oberhalb der Gürtellinie zu halten. Die richtigen Bewegungen kommen von selber, sobald Sie sich sicher fühlen!

Im Sitzen: Setzen Sie sich nicht in einen tiefen Fauteuil, die dadurch bedingte Körperhaltung wirkt im Fernsehen und für Ihre Stimme unvorteilhaft. Sitzen Sie aufrecht und lehnen Sie sich leicht nach vor.

Im Stehen: Ohne Halt neigt man dazu, die Hände einfach hängen zu lassen. Ein Kugelschreiber oder eine Unterlage können da schon eine "Stütze" sein. Ein Stehtisch wiederum gibt Ihnen Sicherheit, kann aber Distanz zum Gesprächspartner schaffen. Halten Sie Augenkontakt und verlieren Sie nicht Ihre Dynamik!

Sorgen Sie dafür, dass Sie gut stehen oder sitzen können, treten Sie fest auf, halten Sie den Kopf gerade und ruhig. Wenden Sie sich Ihrem Interviewer zu.



### **Die Fernsehkamera**

Ein Fernseh-Interview verursacht wohl die größte Nervosität. Die ungewohnte Kamera, das Scheinwerferlicht, die Studioatmosphäre und der Gedanke, dass Tausende Menschen zusehen und zuhören können, lassen den Atem flach werden und das Herz heftig klopfen. Auch Outfit und Kleidung müssen jetzt passen.

Am besten ist es aber, wenn Sie die Kamera möglichst ignorieren. Sie sollte sich ungefähr in Ihrer Augenhöhe befinden. Konzentrieren Sie sich auf Ihren Gesprächspartner und schauen Sie ihn an! "Fernsehgerecht" ist auch eine Blickrichtung zu dem Ohr des Interviewers, das der Kamera nähergelegen ist.

### **Der Hintergrund**

Achten Sie darauf, vor welchem Hintergrund Sie Ihr Fernseh-Interview geben. Wird dadurch ein für Sie unvorteilhafter Zusammenhang hergestellt? Ist ein kleines "Foul" beabsichtigt? Meiden Sie unruhige Orte oder einen unruhigen Hintergrund, die Zuseher werden dadurch irritiert und von Ihnen abgelenkt. Schwarz und Weiß als Hintergrundfarben sind ebenfalls ungünstig.

### **Der Blick in den Spiegel**

Kontrollieren Sie unmittelbar vor Ihrem Interview Ihr Äußeres! Prüfen Sie Frisur, Make-up, Schuhe und Krawatte! Brille gereinigt? Ein selbstbewusster Blick in den Spiegel ist kein schlechter Auftakt!

### **Ihr Outfit fürs Fernsehen**

Gerade bei einem Mediengespräch sollten Sie sich in Ihrer zweiten Haut wohlfühlen. Verkleiden Sie sich nicht! Ihre Garderobe soll dem Anlass entsprechen und Sie bei den herrschenden Raumtemperaturen weder frieren noch schwitzen lassen. Ziehen Sie sicherheitshalber Sakko, Jacke oder Blazer fest nach unten.

### **Was Sie vermeiden sollten:**

- ! Sonnenbrillen, stark getönte oder tönende Brillen
- ! reines Weiß, Hellrot, ganz dunkle Farben
- ! zarte und glänzende Muster
- ! kleine Muster (Fischgrät, Pepita), eng gestreift oder kleinkariert

### **Vorteilhaft vor der Kamera:**

- ✓ Kleidung, die zu Ihnen passt und die Ihnen gefällt
- ✓ leicht kontrastierende Kleidung
- ✓ kühle Farben wie Blau, Grün, Beige oder Braun
- ✓ ruhige und großflächige Muster bei Krawatten und Tüchern

### **Ein guter Abgang**

Enden Sie nicht mit einem negativen Statement sondern positiv. Bleiben Sie am Ende Ihres Interviews noch einige Sekunden stehen. Die Techniker vom Fernsehen werden es Ihnen danken, wenn Sie nicht vor lauter Erleichterung über das Ende Ihres Auftritts sofort aus dem Bild verschwinden! Sie haben es ja ohnehin geschafft!

## 9. Nach Ihrem Interview

Sie haben Ihren Medienauftritt hinter sich. Sie waren mehr oder weniger erfolgreich und könnten sich nun zurücklehnen. Beschäftigen Sie sich in Ihrem eigenen Interesse trotzdem noch einmal kurz mit dem Interview.

### **Reden Sie mit dem Journalisten über das Interview!**

Ist der Kugelschreiber weggelegt, sind Tonband oder Kamera eingepackt, sollten Sie mit dem Reporter noch ein bisschen über Ihr Interview reden. Sie hören, wie Ihre Aussagen angekommen sind und spüren vielleicht sogar, welche Stimmung Sie vermittelt haben. Falls Sie Missverständnisse verursacht haben, können Sie diese jetzt noch ausräumen. Außerdem erfahren Sie, wann Ihr Interview gesendet oder abgedruckt wird.

### **"Off the records" gibt es nicht!**

Vermeiden Sie es, dem Journalisten jetzt noch Informationen zu geben, die sie im Interview bewusst nicht gebracht haben. Ersuchen Sie nicht "off the records" um Vertraulichkeit, wenn Sie Ihren Gesprächspartner kaum kennen! Selbst wenn Ihre zusätzlichen Aussagen nicht gebracht werden, vermitteln Sie Hintergrundwissen für künftige Kontakte. Sagen Sie also auch nach dem Interview nur Dinge, die Sie ohnehin mitteilen wollen!



### **Was ist angekommen?**

Das ist die Kernfrage nach jedem Medien-Auftritt. Wie wurden Ihre Aussagen in die Öffentlichkeit transportiert? Prüfen Sie, was gesendet oder gedruckt wurde, was geschnitten oder weggelassen worden ist. Konnten Sie Ihre Botschaften und Ihre Sager unterbringen? Haben Sie einen sympathischen Eindruck hinterlassen?

Lassen Sie Ihr Interview im Radio oder im Fernsehen unbedingt aufzeichnen, damit Sie es später in Ruhe analysieren können. Prüfen Sie beim Zeitungs-Interview, ob Sie richtig wiedergegeben wurden. Andernfalls sollten Sie nochmals Kontakt mit dem Redakteur aufnehmen und ihn auf Korrektur-Möglichkeiten ansprechen.

### **Fragen Sie nach!**

Ist Ihr Interview erst einmal in einem Medium erschienen, werden Sie erst bemerken, wie viele Leute dieses auch gelesen, gehört oder gesehen haben. Fragen Sie alle, die Sie darauf ansprechen, wie es ihnen gefallen hat und was ihnen daran aufgefallen ist. Wenn Sie gut waren, werden Sie bestätigt. Erhalten Sie ehrliches Feedback und konstruktive Kritik, so ist das sehr hilfreich für künftige Medienauftritte.

Alle, die heute in den Medien glänzen, haben das irgendwann lernen müssen. Vielleicht sind manche von Natur aus mehr begünstigt als andere. Das meiste kann man lernen und lässt sich üben!

### **In der Medienkommunikation zählt das, was ankommt!**

Das Interview ist eine sehr lebendige Form der journalistischen Darstellung. Sie ist dem normalen zwischenmenschlichen Gespräch nachgebildet und wirkt daher besonders authentisch und glaubhaft. Für die Betroffenen bleibt dieses Gespräch dennoch eine unnatürliche Situation, der nicht jeder gewachsen ist.

Wie Sie Ihre Ausführungen ursprünglich gemeint haben, spielt leider keine Rolle mehr, wenn bei Ihrer Zielgruppe und in den Medien etwas völlig anderes hängen geblieben ist. Selbst im Familienkreis ernten Sie oft nur ein müdes Lächeln, wenn Sie nach einem Fernseh-Interview erklären, dass Sie eigentlich ganz etwas anderes gesagt haben – auch wenn es so ist.

Trotz aller Risiken – gehen Sie in die Medien, wenn Sie etwas zu sagen haben! Zu den Spielregeln der Demokratie gehört es, dass Führungskräfte aus allen Bereichen Rede und Antwort stehen. Eine verantwortungsvolle Aufgabe bringt es mit sich, dass wichtige Vorhaben auch kommuniziert werden müssen.

Stellen Sie sich dieser Aufgabe, stellen Sie sich der Öffentlichkeit! Wenn Sie Ihre Anliegen einmal weniger gut vermitteln konnten, gehen Sie professionell damit um und lernen Sie daraus, um besser zu werden für das nächste Mal!

## 10. Lesetipps

Die Redekunst ist inzwischen mehr als 2000 Jahre alt und somit in Wirklichkeit „das älteste Gewerbe der Welt“. Fast ähnlich lange beschäftigen sich die Menschen mit dem Thema der wirkungsvollen Kommunikation. Vieles scheint schon gesagt zu sein.

Ich darf Ihnen dennoch einige Bücher vorstellen, die in den letzten Jahren zum Thema erschienen sind, die ich selber gelesen, für gut befunden habe und für Ihre Medienauftritte als hilfreich empfinde. Viel Spaß beim Schmökern!

Thilo Baum, **Komm zum Punkt**

Stark 2011, gute Tipps für eine klare Sprache

Carmine Gallo, **Überzeugen wie Steve Jobs**

Ariston 2010, ein Präsentationsgenie wird analysiert

Andrea Joost, **Mit Worten bewegen**

Wiley 2013, der Titel hält, was er verspricht

Sylvia Löhken, **Leise Menschen – starke Wirkung**

Gabal 2012, über die Kommunikation von introvertierten Menschen

Ron Kellermann, **Das Storytelling-Handbuch**

Midas 2018, ein gutes Werkzeug für die moderne Medienwelt

Peter Modler, **Mit Ignoranten sprechen**

Campus 2019, wer nur argumentiert, verliert

Elisabeth Ramelsberger, Michael Rossié, **Medientraining kompakt**

Gabal 2011, 150 praktische Tipps für alle Medienauftritte

Simon Sinek, **Frag immer erst: WARUM**

Redline 2014, mehr Wirkung durch die richtige Frage!

Georg Wawschinek, **Charisma fällt nicht vom Himmel**

Goldegg Verlag, 2015, das Buch zum Thema Charisma und Präsenz

### Fotohinweise:

Titel: [bigstock.com/urfxingus](https://www.bigstock.com/urfxingus)

Seite 2: [bigstock.com/yomini](https://www.bigstock.com/yomini)

Seite 4: [bigstock.com/zentilia](https://www.bigstock.com/zentilia)

Seite 7: [bigstock.com/flynt](https://www.bigstock.com/flynt)

Seite 10 und 26: arco GmbH

Seite 12: [bigstock.com/AlexStaroseltsev](https://www.bigstock.com/AlexStaroseltsev)

Seite 15: [bigstock.com/urfxingus](https://www.bigstock.com/urfxingus)

Seite 16: [bigstock.com/yomini](https://www.bigstock.com/yomini)

Seite 18: [bigstock.com/zentilia](https://www.bigstock.com/zentilia)

Seite 19: [bigstock.com/flynt](https://www.bigstock.com/flynt)

Seite 21: [bigstock.com/HighwayStarz](https://www.bigstock.com/HighwayStarz)

Seite 23: [bigstock.com/AlexStaroseltsev](https://www.bigstock.com/AlexStaroseltsev)

# 11. Trainerprofil und Angebot



## **Dr. Heinz Ortner, MBA**

Coach | Redner | Medientrainer

Leitenweg 26, 9020 Klagenfurt am Wörthersee, Österreich

Telefon: +43 664 341 52 32

E-Mail: office@ortner.info

www.heinz-ortner.com

In Politik, Wirtschaft und Gesellschaft brauchen wir Menschen, die sich nach vorne stellen, die Verantwortung übernehmen und gestalten möchten. Damit unsere Welt durch ihren Beitrag zumindest hie und da etwas besser wird, als sie heute ist.

Wenn Sie eine Führungsaufgabe in unserer Gesellschaft anstreben oder ausfüllen, sollen Sie dabei erfolgreich sein. Auf diesem Weg zum Gelingen begleite ich Sie gerne ein Stück – als humorvoller, kritischer und einsatzfreudiger Partner!

### **Coach**

- Auftrittstraining
- Mediencoaching
- Führungstraining

### **Redner**

- Macht haben. Mensch bleiben. – Wie es gelingt. Der Vortrag zum Buch
- Klar kommunizieren. Menschen erreichen. – Was zählt ist, was ankommt.
- Haltung haben. Haltung zeigen. – Ein Plädoyer für mehr Mut in Politik und Wirtschaft

### **Medientrainer**

- Interviewtraining
- Diskussionstraining
- Moderationstraining