

## **Stefan Korol: Was ist eigentlich ein Interview?**

Interview, Aussage, Statement, O-Ton, Zitat - Journalisten und Medien benutzen eine ganze Menge Begriffe für das, was Interviewpartner sagen. Und oft ist es dem Interviewpartner gar nicht klar, was der Journalist eigentlich will, wenn er ein Interview anfragt. (Dass der Journalist das selber nicht weiß, kommt auch vor – sollte aber die Ausnahme sein...) Hier also ein kleiner Überblick, was sich hinter dem Begriff „Interview“ alles verbirgt.

### **Recherche-Interviews...**

#### **... sind erst einmal nur eine Menge Fragen**

Journalisten bearbeiten ein Thema. Und sie benötigen dafür Informationen. Die holen sie sich bei Google, im Lexikon, aus dem Archiv, bei Kollegen. Und sie rufen bei Experten an, stellen eine Menge Fragen und hoffen auf schlaue Antworten. Ein solcher Anruf ist aber nicht schon ein Interview im eigentlichen Sinne; er bedeutet nicht, dass der Journalist die Sätze des Experten auch veröffentlichen möchte. Journalisten sollten zu Beginn eines Gespräches sagen, ob es "nur" ein Recherche-Interview (nicht-öffentlich) ist, oder schon ein Produktions-Interview (zur Veröffentlichung). Wenn „Ihr“ Journalist das nicht tut, dann sollten Sie, der Experte, danach fragen.

### **- Zitate, für Zeitung, Zeitschrift...**

#### **... sind das Salz in der ("journalistischen") Suppe**

Journalisten schreiben Texte. Und beziehen sich zwischendurch immer wieder auf Personen, mit denen sie gesprochen haben. Diese Zitate (oder auch: Statements) werden entweder wortwörtlich übernommen, als direkte Rede (So sagt Medientrainer Stefan Korol: "Ein Interview zu geben, das ist Schwerstarbeit"). Oder die Zitate werden als indirekte Rede in den Text eingebaut ("so meint Medientrainer Stefan Korol, dass Zitate Schwerstarbeit sind"). Wichtig und gut zu wissen: Zitate (und zwar nur die, nicht der gesamte Artikel) müssen vor dem Druck vom Zitatgeber autorisiert werden. Interviewpartner können also vor der Veröffentlichung lesen, mit welchen Worten sie später zitiert werden. (So zumindest – die hehre journalistische Theorie. Inzwischen gilt auch hier: Klären Sie VOR dem Interview mit dem Journalisten, ob/dass Ihre Zitate erst nach Ihrer Freigabe veröffentlicht werden dürfen.)

### **- O-Töne, für Radio und Fernsehen...**

#### **... müssen sendefertig gesprochen werden**

Zitate und Wortlaut-Interviews gibt es auch bei Radio und Fernsehen, nur heißt "Zitat" hier "O-Ton" (Original-Ton). Auch beim Radio und Fernsehen werden die meisten Interviews geführt, um einen O-Ton zu haben, den der Journalist in seinen Beitrag einbauen kann. Der Unterschied zum Print: Ein Zitat für die Zeitung kann der Journalist "glätten": umstellen, kürzen, verständlicher schreiben. Das ist bei einem O-Ton nicht möglich. Beim Radio kann der Journalist vielleicht noch einige "hmm" und "äh" heraus- und einen zu langen Satz in der Mitte einfach abschneiden. Einen Satz abschneiden, das geht auch beim Fernsehen, aber Stotterer ausschneiden, nicht. Ein Interview für Radio und Fernsehen muss deswegen sprachlich viel besser sein, als für die Zeitung. Übrigens: Bei Radio und Fernsehen gilt, dass Sie der Aufzeichnung und Veröffentlichung des Interviews zustimmen – sonst würden Sie sich ja nicht vor dem Radio und Mikrophon interviewen lassen. Wenn Sie damit nicht einverstanden sind – müssen Sie das VORHER sagen, bzw. gar nicht erst ein Interview geben.

## - Wortlaut-Interviews...

### ... sind die "echten" Interviews

Bei wichtigen Menschen und wichtigen Themen wollen Journalisten auch ein Wortlaut-Interview haben. Das besteht nur aus Zitaten und den entsprechenden Fragen des Journalisten, ist also ein echtes Frage-Antwort-Frage-Antwort-Interview. Wortlaut-Interviews sind, im Vergleich zu Zitaten, eher selten. Auch hier gilt: Wenn das Interview für ein Printmedium ist, muss es dem Interviewten vor der Veröffentlichung noch einmal vorgelegt werden; es können dann zum Beispiel auch noch Antworten verändert werden. Diese Nachbearbeitung sollte aber nur in Maßen erfolgen: Wenn alle interessanten und vielleicht auch angreifbaren Aussagen gestrichen werden, dann wird der Journalist das Interview nicht mehr veröffentlichen wollen.

### **Wortlaut-Interviews in Radio und Fernsehen (Aufzeichnung)**

Das Wortlaut-Interview ist auch beim Radio und Fernsehen die Ausnahme. Um es aufzunehmen kommen die Journalisten entweder mit Mikrofon und Kamera(s) zu Ihnen, oder Sie gehen für die Aufzeichnung ins Studio. Bei aktuellen Themen wird das Interview per Telefon geführt. Diese aufgezeichneten Interviews werden noch geschnitten. Aber auch hier gilt: Änderungen sind nur eingeschränkt möglich – aus einem stotternden Stammeln, aus langen Schlangensätzen, womöglich noch gespickt mit Fachbegriffen, kann auch der beste Journalist keine verständliche, überzeugende und sympathisch klingende Antwort schneiden.

## - Live-Interviews...

### ...sind die Königsdisziplin

Alles was Sie sagen und tun wird gesendet – und damit gehört und gesehen. Womöglich von Millionen. Das sollte wissen, wer sich auf ein Live-Interview einlässt. Es gibt keinen Notausschalter, keine Wiederholung, keinen zweiten Versuch. Das Live-Interview findet entweder im Sende-Studio statt, oder der Interviewpartner wird zugeschaltet. Beim Radio entweder telefonisch oder über ein externes Studio, beim Fernsehen in der Regel immer über ein externes Studio (die so genannte "Schalte"). Fernseh-Studio bedeutet: Hektik, Hitze, grelles Licht, Menschen wuseln um Sie herum, Ansagen, die Sie nicht verstehen. Und plötzlich ist Ruhe – und Sie sind auf Sendung. Da ist es nicht einfach, einen klaren Kopf zu behalten, souverän und überzeugend zu reden. Schon gar nicht, wenn Moderator (Nachrichtensendung) oder andere Gesprächspartner (Talkshow) Ihnen vielleicht ins Wort fallen...

## **Interview-Anlässe**

Die Themen für ein Interview sind unendlich. Aber hinsichtlich der Funktion von Interviewpartnern gibt es drei Gruppen:

Der **Experte** wird interviewt, wenn es um ein Thema geht, das erklärt werden soll: Infos, Einschätzungen, Hintergründe, Ausblick. Der Experte hilft Lesern, Hörern und Zuschauern ein Ereignis, ein Thema zu verstehen, es einzuordnen.

Der **Verantwortliche** wird interviewt, wenn es in seiner Abteilung, in seiner Zuständigkeit einen tatsächlichen oder auch nur vermutlichen Fehler gegeben hat.

Der **Täter** wird interviewt, wenn es zu einer Krise oder Katastrophe gekommen ist: Pleite, tödlicher Unfall, Umweltkatastrophe, Gammelfleisch, Bestechung oder andere Straftaten.

Und entsprechend dieser Kategorien gibt es Interview-Anlässe:

- **Sachinterview** mit dem Experten
- **Konfrontatives** Interview mit dem Verantwortlichen
- **Krisen-Interview** mit dem Täter

## - Sachinterview

Viele Menschen, viele Experten, viele Unternehmen denken bei einem Interview vor allem an das konfrontative Interview, an die Krise. An aggressive Journalisten, die fiese Fragen stellen und die nur ihre Story haben wollen. Aber diese Situationen und solche Interviews sind die Ausnahme; die meisten Interviews sind Sachinterviews: Experten, nämlich Interviewpartner, erklären, geben eine Einschätzung, wagen einen Ausblick. Hört sich einfach an – ist es aber nicht. Denn Experten müssen kompliziert denken, weil sie nur dann zu neuen Erkenntnissen kommen. Im Gegensatz dazu sind Leser, Hörer und Zuschauer, was das Experten-Thema angeht, Laien. Das Ergebnis: Der Experte redet an der Zielgruppe vorbei. Und beide Parteien fühlen sich im Recht: Der Experte kann nicht begreifen, dass es Menschen gibt, die ihn nicht verstehen. Und die Zielgruppe kann nicht begreifen, wie jemand so kompliziert und unverständlich reden kann.

## - Konfrontatives Interview

Es besteht der Verdacht, dass Sie..... Oder: Sie haben viel gearbeitet und dabei leider einen Fehler gemacht.... Das sind Situationen, in denen Sie ein konfrontatives Interview geben müssen. Es ist nichts wirklich Schlimmes passiert, niemand ist verletzt oder ernsthaft zu Schaden gekommen. Aber die Journalisten treten schon recht fordernd auf und wollen Einzelheiten wissen. Jetzt geht es nicht um Ihr Wissen als Experte, sondern um Ihre mögliche Verantwortung für ein Fehlverhalten; egal, ob fahrlässig oder vorsätzlich. Wenn alles nur Gerüchte sind, dann ist es jetzt Ihre Aufgabe, diese Vorwürfe überzeugend zu entkräften. Sie sollten Fakten nennen und belegen können, ohne aber die Journalisten anzugreifen. Und wenn die Vorwürfe stimmen: Raus damit – denn wer lügt, verliert.

## - Krisen-Interview

Ob Betriebsunfall, Produktfehler, Umsatzrückgang, Kündigungen – kein Unternehmen kann sich davor schützen, in die Kritik und damit in die Schlagzeilen der Medien zu kommen. Schützen können Sie sich aber davor, dass Sie im Falle eines Falles planlos und aufgeregt drauf los reden. Stattdessen ziehen Sie aus der Schublade Ihren gut vorbereiteten und strukturierten Krisenplan und setzen ihn um. Denn auch der Umgang mit einer Krise ist planbar; nur so können Sie sicher sein, dass die Krisen-Situation nicht zur Kommunikations-Krise wird. Eines aber muss klar sein: Die Zeiten, in denen Krisenkommunikation darin bestand abzuwiegeln, zu vertuschen oder zu verharmlosen sind vorbei. Der falsche Weg war das schon immer, inzwischen aber ist er gar nicht mehr möglich, weil durch Internet, facebook und Twitter ohnehin nichts mehr zu vertuschen ist. Gut so. Denn nun haben Sie die Chance, durch aktive, offene und strukturierte Interviews einen guten, einen professionellen Eindruck zu machen.

## Fazit

### **Das gute Interview**

Ein gutes Interview ist ein Gespräch, von dem Leser, Hörer und Zuschauer profitieren. Weil in diesem Gespräch Informationen gegeben werden. Oder eine fundierte Meinung, eine Einschätzung. Oder tolle Tipps, wie das Leben leichter, schöner und einfacher werden kann.

### **Fachwissen verständlich präsentiert**

Ein gutes Interview ist ein Gespräch, bei dem Leser, Hörer und Zuschauer verstehen, was der Interviewpartner sagt. Weil er strukturiert und einfach spricht. Weil er nur das sagt, was wirklich wichtig ist. Und weil er all das womöglich auch noch so sagt, dass Leser, Hörer und Zuschauer sich für dieses Thema interessieren.

### **Verständlichkeit bringt Sympathie**

Ein gutes Interview ist ein Gespräch, bei dem der Interviewpartner (seine Arbeit, sein Unternehmen, seine Produkte) gut "rüberkommt. Aber nicht, weil er platte Werbung macht und sagt, wie toll er ist. Sondern weil er weiß, was Leser, Hörer und Zuschauer zu diesem Thema lesen, hören, sehen wollen. Und weil er genau das bieten kann.

### **Spontane Interviews – vergeudete Zeit**

Ein gutes Interview zu geben ist Schwerstarbeit. Und gute Interviews sind deswegen in Zeitung, Zeitschrift, vor allem aber in Radio und Fernsehen eine Seltenheit. Stattdessen: langweilige Antworten ohne erkennbares Ziel; lange, unstrukturierte Sätze; stammelndes Fachchinesisch; eine Aneinanderreihung von Binsenweisheiten. Oder es sind die glatten, schön klingenden, aber leider auch diffusen Nebelsätze; weiche Watte, die uns einlullt und bei denen wir erst nach dem Aufwachen merken, dass alles wieder einmal nur heiße Luft war. Schlechte Interviews sind vergeudete Zeit. Für Leser, Hörer, Zuschauer. Und damit auch für die Interviewpartner.