



Beim Auftritt vor Kameras werben Sie als Person für Ihre Unternehmen. Machen Sie das Beste daraus:

■ Körpersprache:

Seien Sie in Interviews authentisch. Aber beherrzen Sie Tricks, um souveräner zu wirken. Einer davon: Möglichst wenig „zappelig“ zu wirken. (Gut zu beobachten ist das bei den fast komplett reglosen Sprechern der Tagesschau). Also: Fest auf dem Boden stehen. Nicht ständig mit dem Oberkörper nach vorn und hinten wippen. Mit den Händen gestikulieren ist okay, wenn es nicht gekünstelt wirkt.

■ Äußerlichkeiten:

Bis zu 70 % der Kommunikation laufen nonverbal ab. Bei Fernsehaufnahmen seien Sie ruhig eitel und schauen Sie, ob die Krawatte gerade sitzt, die Halskette gut passt und der Blusenkragen ordentlich aussieht. Später würde Sie sich sonst ärgern. Frische Blumen auf dem Tisch? Kann gut wirken. Ein großes Werbelogo? Ist eher aufdringlich.

Machen Sie nach dem Interview eine Auswertung: Was war gut, was war weniger gut. Legen Sie ein Archiv für Ihre Interviews an. Für Radiobeiträge bieten Sender übrigens oft Mitschnitte an.

Literaturhinweise:

- Praxisleitfaden für zeitgemäße Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Deutscher Industrie- und Handelskammertag (Hrsg.), DIHK-Publikationen-Service, 104 S., 16.50 Euro, www.dihk.de/publikationen
- Die professionelle Pressemitteilung. Ein Leitfaden für Unternehmen, Institutionen, Verbände und Vereine: Katrin Bischl, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 148 S., 22.90 Euro, ISBN 978-3531176239

IHK-Veröffentlichungen zum Thema:

- Nutzen Sie unsere Flyer zum Thema Pressearbeit und insbesondere den IHK-Flyer „Die Pressekonferenz“. Die Flyer sind kostenfrei abrufbar unter www.osnabrueck.ihk24.de/presse
- Das Interview: IHK Nordschwarzwald, www.nordschwarzwald.ihk24.de (Dok.-Nr. 84492)
- Das Interview: IHK Nord Westfalen, www.ihk-nordwestfalen.de (Seiten-Nr: P00383)
- Firmen PR: IHK Stuttgart, www.stuttgart.ihk24.de, (Dok.-Nr. 33986)



Das Interview

So sind Sie gut vorbereitet

**IHK Osnabrück -
Emsland -
Grafschaft Bentheim**
Neuer Graben 38
49074 Osnabrück

Beate Böbl
Tel.: 0541 353-145
Fax: 0541 353-99145
boessl@osnabrueck.ihk.de
www.osnabrueck.ihk24.de



Die Vorbereitung



Ob für Zeitung, Rundfunk oder Fernsehen: Interviews sind eine Chance, Ihr Unternehmen in der Öffentlichkeit ins richtige Licht zu bringen. Aber: Unterschätzen Sie diese Form der Kommunikation nicht. Nur selbstbewusst zu sein, macht noch keinen guten Interviewpartner. Das Wichtigste für das Gespräch mit den Medien? Ist die inhaltliche Vorbereitung.

■ **Themen:** Falls möglich, klären Sie vorab mit dem Interviewer, welche Themen im Gespräch aufgegriffen werden sollen und, wie viel Zeit benötigt wird

■ **Inhalte:** Überlegen Sie, welche Fragen Ihnen (zusätzlich) gestellt werden könnten. Suchen Sie alle Informationen dazu heraus, die Sie bekommen können. Schauen Sie in Ihr Archiv und in das der Medien. Stellen Sie Themen aus Ihrem Betrieb (Krisen, Investitionen etc.) einen größeren Zusammenhang. Als Befragter zu einem Fachthema sollten Sie idealerweise mehr wissen als der Journalist.

Unser Tipp

Überlegen Sie unbedingt, was Sie nicht sagen wollen bzw. welche Themen Sie nicht anschnitten wollen. Spielen Sie durch, wie Sie einer Antwort freundlich ausweichen können, ohne aus dem Takt zu kommen.

Die Spielregeln

Ob schriftlich, mündlich, mit oder ohne Kamera: Es gibt Spielregeln, die für alle Interviews gelten. Wer sich nicht daran hält, verursacht den Medien Mehrarbeit und riskiert, dass sein Interview nicht genommen wird.

■ **Präzise antworten:** Jeder kennt es aus Talkshows: Eine Frage wird gestellt, aber auf etwas ganz anderes geantwortet. Seien Sie sicher: Das fällt auch in kleinerem Rahmen auf. Antworten Sie also möglichst genau. Etwa, indem Sie in der Antwort einen Teil der Frage aufgreifen. Und: Sie haben sich zwar umfangreich vorbereitet. Das heißt jedoch nicht, dass Sie nun Ihr gesamtes Wissen auch vortragen müssen.

■ **Keine Ablenkungsaktionen:** Journalisten haben meist ein Konzept für ein Interview. Es blockiert deshalb, wenn Sie von sich aus immer neue Themen anschnitten oder zeitlich und inhaltlich stark springen.

■ **Zahlen:** Verwenden Sie nicht zu viele Zahlen. Veranschaulichen Sie Zahlen: „...so hoch wie drei Einfamilienhäuser“, „...so groß wie drei Fußballfelder“ etc.

■ **Fachwörter und Namen:** Lassen Sie Journalisten gut da stehen! Fragen Sie deshalb nicht: „Kennen Sie den Begriff XY?“ Erklären Sie Fachwörter von sich aus. Wenn Sie Namen einwerfen: Setzen Sie nicht voraus, dass der Journalist alle Namen kennt.

■ **Redebereitschaft:** Oft geben Firmen Journalisten eine Mappe und sagen: „Hier steht alles für Sie drin!“ Das ist eventuell nett gemeint, aber bei einem Interview geht es gerade um das persönliche Gespräch.

■ **Chancen sehen:** In der Regel will ein Journalist Ihnen nichts Böses. Sehen Sie ein Interviewer als Chance, Sachverhalte zu erläutern, auf Erfolge aufmerksam zu machen und das Image zu verbessern.

Unser Tipp

Fragen Sie bei schriftlichen Interviews, ob Sie vorab einen Blick darauf werfen dürfen. Wichtig ist: Wenn Sie etwas ändern wollen, dann nur, weil es inhaltlich falsch ist. Nicht, weil Sie eigene Formulierungen besser finden.

Die Verständlichkeit



Das richtige Tempo, die passende Lautstärke, die verständliche Wortwahl: Sprechen vor Kameras und Mikros will geübt und vorbereitet sein.

■ **Interview-Orte:** Überlegen Sie vorher, wo das Interview stattfinden kann. Welcher Raum ist frei und leise, wo klingelt kein Telefon und klopft niemand an die Tür. Und: Welcher Ort bietet einen Hintergrund für Filmaufnahmen und ist hell und freundlich?

■ **Sprechtext:** Während Sätze in Lesetexten auch mal länger sein dürfen, sind lange und gesprochene Sätze schnell unverständlich: Zuhörer verlieren den Faden! Sind Interviews für Sie neu: Sprechen Sie sich mögliche Antworten vorher selbst einmal vor. Sprechen Sie bewusst langsam.

■ **Verständlichkeit:** Medien wenden sich mit Ihrer Arbeit an eine breite Zuhörerschaft. Wenn Sie nicht zu Fachkollegen sprechen, sprechen Sie deshalb ohne extreme Fachvokabeln.

Unser Tipp

Wenn Sie eine Frage nicht beantworten können, sprechen Sie das offen an und bieten Sie an, die Informationen nachzureichen. Dieses Vorgehen ist besser, als Dinge zu erraten und später korrigieren zu müssen.