

The background features a watercolor-style illustration. At the top, a large speech bubble is filled with a mix of yellow, orange, and green. Below it, a blue and green watercolor silhouette of a human head in profile is shown, facing left. The text is overlaid on these elements.

#gewusstwie

Praxis-Tipps für Journalist_innen

02

Interviews führen



**FRIEDRICH
EBERT** 
STIFTUNG

#gewusstwie

Praxis-Tipps für Journalist_innen

Herausgeber:

Friedrich-Ebert-Stiftung
Politische Bildung und Dialog
JournalistenAkademie
Carla Schulte-Breidenbach
Godesberger Allee 149
53175 Bonn

Lektorat:

Carla Schulte-Breidenbach

Gestaltung:

Katja Arndt, Creative Direction und Editorial Design
Pellens Kommunikationsdesign GmbH

Illustration Titel:

Kateryna Kovarzh - stock.adobe.com

Fotos im Innenteil:

Katrin Heyer, picture alliance/ZB, picture alliance/Westend61

Druck:

Brandt GmbH Druckerei
und Verlag, Bonn

Printed in Germany 2021

© Friedrich-Ebert-Stiftung

ISBN 978-3-98628-003-1

Eine gewerbliche Nutzung der von der FES herausgegebenen Medien
ist ohne schriftliche Zustimmung durch die FES nicht gestattet.

02

Interviews führen Volker Engels

Inhalt

1. Einleitung	5
2. Vorbereitung, Quellen & Recherche	6
3. Ablauf eines Interviews	12
4. Fragearten im Interview	19
5. Körpersprache im Interview gezielt einsetzen	27
6. Nachbereitung & Autorisierung	35
7. Fazit	39
8. Kleine Auswahl zum Nachlesen	40
Der Autor	42

1. Einleitung

Interviews sind eine lebendige journalistische Darstellungsform, die es ermöglicht, Inhalten und Menschen nahe zu kommen und mit ihnen unter klar definierten Bedingungen zu sprechen.

Diese Darstellungsform geht den Dingen auf den Grund und spürt neuen, spannenden oder widersprüchlichen Einstellungen von Gesprächspartner_innen nach, um sie für ein interessiertes Publikum transparent zu machen.

In diesem Praxis-Leitfaden geht es vor allem um Wortlaut-Interviews, also journalistisch geführte Gespräche mit einer klaren Rollenverteilung, bei der die Fragen und Antworten wörtlich wiedergegeben werden. Ein Gespräch, in dem die persönliche Art der Darstellung dazu führt, dass Rezipient_innen daraus einen Mehrwert ziehen können, weil die Art der Argumentation mit der Glaubwürdigkeit der Interviewten verknüpft werden kann.

Ein spannendes und interessantes Gespräch zu führen, neue Gesichtspunkte zu beleuchten und zu verstehen, hat viel mit einer ordentlichen Recherche im Vorfeld aber auch mit der Fragetechnik zu tun – genauso wie das Wissen, um die Wirkung körpersprachlicher Signale auf die Gesprächsführung. Ziel ist es, ein interessantes journalistisches Produkt zu schaffen, das die Rezipient_innen interessiert und vielleicht sogar gut unterhält. Darum geht es in diesem kleinen Ratgeber.

2. Vorbereitung, Quellen und Recherche

Bereite Dich intensiv auf das Interview vor! Recherchiere fachliche und biographische Details des Interviewpartners oder der Interviewpartnerin. Bereite Fragen vor, die Dich selbst und/oder das Publikum interessieren. Sei neugierig!

- Ein Interview ist kein Gespräch am Kaffee- oder Kneipentisch, bei dem man ruhig finden, meinen und glauben sollte. Im Kern geht es darum, Fragen zu stellen, die dem Publikum auf den Nägeln brennen. Für die eigene Motivation und den späteren Interviewverlauf hilft es, Fragen vorzubereiten, die uns auch selbst interessieren. Frei nach Albert Einstein, der bei sich zwar keine „besondere Begabung“ erkennen konnte, sondern darauf verwies, lediglich „leidenschaftlich neugierig“ zu sein.

Durch die intensive Vorbereitung entsteht oft schon vor dem Gesprächsbeginn das Gefühl, den Interviewgast gut zu kennen oder zumindest eine Ahnung von Motiven, Standpunkten oder Widersprüchen zu bekommen. Und kennen bedeutet hier nicht, ausschließlich das fachliche Umfeld zu recherchieren, sondern auch biographische Details auf dem Schirm zu haben.

Recherchiere und sichte vom Interviewgast bereits gegebene Print- oder Videointerviews. Analysiere das Gesprächsverhalten und die Gesprächsstrategie des Gesprächsgastes.

- Es lohnt sich, schon in der Vorbereitung, Print- oder Videointerviews mit dem späteren Interviewgast zu sichten, um einen Eindruck vom Gesprächsverhalten und von der Gesprächsstrategie zu bekommen. Meist erkennt man schon hier, ob der spätere Gast zum Schweigen neigt oder kaum zu stoppen ist und zielstrebig die eigenen Kernbotschaften verkünden will – oftmals völlig unabhängig von der Frage.

Vor allem ist es spannend zu recherchieren, welche Einstiegsfragen die Kolleg_innen in früheren Interviews schon gestellt haben und wie die Reaktion darauf war. Kurz: Ob es funktioniert hat. Denn wer einem bekannten Rockmusiker die Frage stellt, welche wichtige Frage ihm in seiner langen Karriere denn noch nicht gestellt wurde, darf sich über die wenig überraschende Antwort nicht wundern: „Genau diese.“ Die **Einstiegsfrage** sollte besonders sorgfältig vorbereitet sein, weil sie den späteren Gesprächsverlauf beeinflusst. Und was vielleicht noch wichtiger ist: Die Einstiegsfrage entscheidet darüber, ob die Rezipient_innen Lust bekommen, das Interview interessiert weiter zu verfolgen.

Bereite besonders intensiv die Einstiegsfrage vor. Sie entscheidet darüber, ob der Zuschauer oder die Leserin ‚dran‘ bleiben. Besonders schön sind (witzige) Einschätzungen Dritter über den Gast.

Eine wichtige Quelle bei der Recherche sind Kolleg_innen, die den Interviewgast schon selbst interviewt haben und über ihre Erfahrungen berichten können.



Teilnehmende beim Interviewtraining der FES-JournalistenAkademie.

Genau wie Menschen, die in einem ähnlichen Bereich tätig sind, können sie für die inhaltliche Vorbereitung wichtige Impulse geben.

Das Munzinger-Archiv als gute Quelle zur Vorbereitung auf den Interviewgast.

Viele Redaktionen arbeiten mit dem kostenpflichtigen Munzinger-Archiv, das übersichtlich relevante Informationen mit Quellen zur Verfügung stellt. Biographische Daten sind chronologisch aufgelistet und geben einen guten Überblick, der durch weitere Recherchen vertieft werden sollte. Herkunft, Ausbildung und private Hintergründe sind ebenso aufgeführt wie Gegenpositionen, kritische Einschätzungen Dritter oder Skandale. Übrigens eignen sich (witzige) Zitate Dritter über den Gast oft gut für den Einstieg. Zitate oder Wertungen anderer Menschen unterstreichen die eigene Neutralität. Damit setzt man sich nicht dem Verdacht aus, die Rolle zu wechseln („XYZ sagt“ statt „Ich finde aber...“) und eine Diskussion mit eigenen Positionen führen zu wollen.

Oder auch Wikipedia, aber mit großer Vorsicht!

Für einen ersten Überblick über ein Thema oder den Interviewgast, lohnt ein Blick ins Onlinelexikon Wikipedia. Doch Vorsicht: Obwohl viele engagierte Menschen Zeit und Arbeit in das Portal stecken, um Informationen zu validieren, schleichen sich Fehler ein. Außerdem gibt es Profis, die sich darum kümmern, die Einträge zu „optimieren“. Hilfreich sind die Quellen, die am Ende des Eintrags aufgeführt sind. Neben Links zu den Belegen stehen dort nämlich oft Verweise auf Originaldokumente, die für weitergehende Recherchen nützlich sein können.

Die **Archive** von (Online-)Zeitungen oder Zeitschriften sind eine gute Fundstelle, ebenso **die Mediatheken**

der öffentlich-rechtlichen Sender, die aktuelle oder ältere Interviews, Berichte oder Reportagen zur Verfügung stellen. Genau wie Videoplattformen, die eine Menge an neuem und altem Material bieten. Besonders Instagram, Twitter & Co eignen sich für den schnellen Blick noch kurz vor Beginn des Interviews, weil sie oft im Sekundentakt aktualisiert werden.

Weitere gute Quellen sind Zeitungsarchive, Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender, die Videoplattformen von Instagram, Twitter & Co...

Für die Vorbereitung im politischen Bereich bietet die Seite von **abgeordnetenwatch.de** reichlich Material. Politische Mandatsträger_innen nutzen das Portal gerne in Wahlkämpfen, um ihre Positionen darzustellen, indem sie auf Bürger_innen-Fragen antworten. Spannend ist es, diese im Interview einem Aktualitätscheck zu unterwerfen und Abgeordnete damit zu konfrontieren, wie sie sich vor drei oder fünf Jahren zu einem Thema positioniert haben. Außerdem sind dort das Abstimmungsverhalten in den Parlamenten und weitere Hinweise wie zum Beispiel Nebentätigkeiten gelistet. Wer tiefer in die thematische Vorbereitung einsteigen will, findet in den **Archiven der Landesparlamente oder des Bundestages** umfangreiche Quellen.

... die Website von **abgeordnetenwatch.de** oder die Archive von Landesparlamenten oder das Archiv des Bundestages.

Vorsicht Euphemismen:

Gewerbegebiete, in dem die Schornsteine qualmen und wenig angenehme Gerüche die Nase reizen, heißen seit vielen Jahren „Chemieparks“. Mit blühenden Landschaften, in denen Veilchenduft der Nase schmeichelt, haben die Chemiewerke wenig zu tun. Während der Vorbereitung auf ein Interview ist es also wichtig, diese beschönigenden Beschreibungen kritisch zu reflektieren, um Interviewgästen, die sich

Reflektiere die Euphemismen Deines Interviewgastes und Deine eigenen!

einer solchen Wortwahl bewusst bedienen, nicht auf den Leim zu gehen.

Mitarbeiter_innen werden „freigesetzt“ oder „Prozesse optimiert“. Das lässt sich auch anders ausdrücken: Menschen werden entlassen, verlieren dadurch Job und Einkommen. Wer sich auf solche Euphemismen schon im Vorfeld einstellt, belegt eine gute inhaltliche Vorbereitung.

Also: Augen auf bei der Wortwahl.

Wer kritiklos ein fragwürdiges Wording von Interviewten übernimmt und nicht kritisch hinterfragt, zementiert Begriffe. Der ehemalige US-Präsident Trump nannte das Corona-Virus bei jeder Gelegenheit gebetsmühlenartig „Chinavirus“, was seiner politischen Agenda geschuldet war. Aber warum sprachen und schrieben viele Medien vom „britischen“ Virus. Als Auszeichnung dafür, dass im Vereinigten Königreich schon seit langem Viren intensiv sequenziert werden, um Mutationen schnell zu identifizieren, war das sicher nicht gemeint. Anders formuliert: Bei der Vorbereitung eines Interviews sollten wir uns klar darüber werden, welche Begriffe mit welcher Absicht in einer Debatte genutzt werden. Im besten Sinne aufklären sollte das Interview, nicht vernebeln.

Interviews sollen stets über einen Sachverhalt aufklären und ihn nicht vernebeln. Achte daher auf Deine Wortwahl und auf die Deines Interviewgastes!



Fragebogen zur Vorbereitung auf Deinen Interviewgast:

Warum ist gerade mein Gast der / die richtige Ansprechpartner_in für ein Interview?
Was macht ihn oder sie interessant oder einzigartig?

.....
.....

Weiß der Interviewgast, um welche Inhalte es gehen soll?

.....

Wer ist meine Zielgruppe?

.....

Was will ich / die Zielgruppe wissen (Leitfragen)?

.....

Habe ich eine fesselnde Einstiegsfrage?

.....

Welche Quellen sollte ich (nicht) nutzen?

.....

Welche Technik brauche ich (checken!)?

.....

Wieviel Zeit habe ich für das Gespräch?

.....

3. Ablauf eines Interviews

Ein kleiner Smalltalk mit dem Gesprächsgast vor dem Interview ermöglicht dem Gegenüber ins Sprechen zu kommen und lockerer zu werden.

Bevor es losgeht

Eine Rede beginnt nicht erst dann, wenn die Vortragenden am Rednerpult stehen; ein Interview beginnt nicht mit der ersten Frage. Oft legt schon **die Begrüßung** den Grundstein für den weiteren Verlauf des Interviews. Ein freundlicher Smalltalk über das Wetter, die Anfahrt oder den letzten Urlaub zu Beginn entspannt die Situation, die Beteiligten können sich locker machen. Zwar ist es ok, noch einmal die im Vorgespräch getroffenen Vereinbarungen wie zum Beispiel die Themenbereiche zu rekapitulieren, das



Eine freundliche Begrüßung in Geste und Mimik hilft dem Interviewgast, seine Nervosität in den Griff zu bekommen.

zentrale Thema sollte aber erst im Interview intensiv beleuchtet werden. Gerade Menschen, die wenig oder gar keine Erfahrung als Interviewgäste haben, neigen dazu, sich auf das Vorgespräch zu beziehen. „Wie ich vorhin schon einmal gesagt habe...“ ist bei einem Schriftinterview kein Problem, weil dieser Satz in der Nachbearbeitung gestrichen wird. Wenn es aber live zur Sache geht, sind diese Bezüge schwieriger: Schließlich waren die Zuschauenden bei diesem Vorgespräch nicht dabei und fragen sich verduzt, was sie denn nun versäumt haben. Unerfahrenen oder aufgeregten Gesprächspartner_innen hilft es aber, wenn sie die Einstiegsfrage vorher kennen. Das nimmt etwas Druck aus dem Kessel.

Einstiegsfrage: Ungeübten Interviewgästen hilft es ihre Nervosität in den Griff zu bekommen, wenn Du ihnen die Einstiegsfrage vor dem Gespräch mitteilst.

Auch wenn es immer mal wieder im Vorfeld eines Interviews gefordert wird: Die Fragen werden nicht vor Beginn des Interviews verschickt, damit sich die Gesprächspartner_innen darauf vorbereiten können. Denn das führt zu auswendig gelernten Antworten, die oft von Pressestellen formuliert werden und erschwert spontanes Nachfragen. Schließlich dienen die vorbereiteten Fragen auf unserem Stichwortzettel lediglich als Orientierung. Im Interview werden sie dem Gesprächsverlauf angepasst, geändert oder komplett verworfen. Über die wichtigsten Themenbereiche geben wir natürlich schon bei der Anbahnung des Interviews Auskunft.

Niemals werden die Fragen des Interviews vorher dem Interviewgast oder einer Pressestelle mitgeteilt. Themenblöcke können genannt werden oder per Vereinbarung ausgeschlossen werden.

Wer sich intensiv auf ein längeres Interview vorbereitet, neigt mitunter zum Tunnelblick, der komplett auf den Interviewgast ausgerichtet ist. Bis kurz vor dem Interview sollte die aktuelle Nachrichtenlage verfolgt

werden, um nicht „betriebsblind“ zu werden. Dadurch können aktuelle Entwicklungen ins Interview einfließen.

Tipp: Aufnahmen des Gesprächs mit dem Handy oder einem anderen Aufnahmegerät helfen, sich besser auf die Gesprächspartner_innen zu konzentrieren. Wichtige Aspekte oder Zitate trotzdem mitschreiben, das vereinfacht später die Verschriftlichung und dient während des Interviews als Gedankenstütze. Unbedingt vorher um Zustimmung bitten. Die Zustimmung muss auf der Aufnahme zu hören sein. Wer sein Handy nutzt, achtet darauf, dass das Telefon und die Benachrichtigungstöne deaktiviert sind und der Akku voll ist.

Wenn es losgeht

Viel Zeit sollte für die Einstiegsfrage verwendet werden. Diese entscheidet mit darüber, ob das Interview



Unbedingt die beim Interview genutzte Technik vorher checken: Funktioniert sie reibungslos? Ist der Akku voll?

weiter angeschaut, gelesen oder gehört wird. Dabei sind provokative Fragen besonders zum Einstieg möglich, bei wenig Zeit und kontroversen Themen manchmal sogar nötig - aber kein Selbstzweck. Eine klug formulierte provokante Frage zum Einstieg funktioniert gut, weil das Interview von der ersten Minute an ordentlich in Fahrt kommt. Sie führt aber möglicherweise dazu, dass die Gesprächsatmosphäre nachhaltig unter die Gefriergrenze sinkt. Ein Kompromiss ist die Sandwich-Methode, bei der die „harten“ Fragen in die Mitte des Interviews gelegt werden und von den „weichen“ Fragen umschlossen sind.

Oft ist die Dramaturgie schon vor Beginn klar, besonders wenn das Interview kontrovers ausgerichtet werden soll. Es werden „Fallen“ mit Fragen oder Frageketten für die Interviewgäste gebaut, die dann mit einem lauten Knall publikumswirksam zuschnappen sollen. Funktioniert manchmal. Manchmal aber auch nicht. Es gibt Sicherheit, einen Plan B mit alternativen Gesprächsverläufen oder Ausweichfragen in der Tasche zu haben, um schnell nachzufassen oder elegant das Thema wechseln zu können.

Manche Profis, die schon lange im Geschäft sind, bereiten ausschließlich die Einstiegsfrage vor; den weiteren Gesprächsverlauf gestalten sie spontan. Das ist oft unterhaltsam und spannend, weil sie schnell reagieren können.

Allerdings ist es ziemlich mutig, sich allein auf die Genialität des Augenblicks zu verlassen. Denn die hängt oft von der Tagesform ab, die bekanntermaßen schwankt.

Die Dramaturgie des Interviews sollte geplant sein; bei kontroversen Gesprächseinstiegen ist es gut einen Plan ‚B‘ vorbereitet zu haben.

Der gut vorbereitete Stichwortzettel gibt Sicherheit und Freiheit im Gesprächsverlauf.

Eine Alternative zu einem ausformulierten Fragenkatalog ist ein **Stichwortzettel**, der bei umfangreichen Interviews nach Themenblöcken gegliedert ist. Der Stichwortzettel sollte eine Stütze sein, um präzise und gut durchdachte Fragen zu stellen, damit das Interview thematisch nicht aus dem Ruder läuft. Er hilft, im Verlauf des Interviews fundiert und schnell entscheiden zu können, in welche Richtung das Gespräch weitergehen soll.

Kluger Aufbau eines Stichwortzettels:

Als visuelle Gliederung helfen unterschiedlich gefärbte Karteikarten, auf denen die jeweiligen Themenblöcke notiert werden.

Neben den Fragen oder Stichworten sollten dort besonders bei konfrontativ angelegten Interviews die Quellen mit Zahlen, Zitaten oder wichtigen Daten stehen. Durch die unterschiedlichen Farben lassen sich schnelle Themenwechsel leicht nachvollziehen, weil aufwendiges Suchen auf langen Zetteln entfällt.

Wer ohne Notizen in ein Interview gehen will, sollte sicher sein, auch bei schwierigen Gesprächspartner_innen den roten Faden im Blick zu behalten. Sonst droht ein Geplänkel, das sich irgendwie seinen Weg nach irgendwo sucht. Eine intensive Vorbereitung auf Gespräche führt zu einer Menge Faktenwissen, das im Interview noch in eine passende Frageform gegossen wird. Es wäre schade, wenn dieses Wissen verloren geht, weil es im Eifer des Gesprächs nicht mehr präsent ist.

Vor allem gilt: **Bitte gut zuhören.** Nur wer wirklich zuhört und das Gesagte an sich heranlässt, wird ein spannendes und erkenntnisreiches journalistisches Gespräch führen. Das bedeutet, mutig nachzufassen, wenn sich im Interview ein neuer oder spannender Aspekt auftut. Die Kunst ist es, den roten Faden im Blick zu haben, einen möglichen „blauen“, „grünen“ oder „gelben“ Faden mit überraschenden oder relevanten Aussagen nicht zu übersehen und ihn aufzugreifen, wenn er im Gespräch auftaucht. Denn Journalist_innen sollten keine bloßen Stichwortautomaten sein, genauso wenig sollten Interviewte zu Antwortmaschinen degradiert werden. Genau diesen Eindruck gewinnen manche Interviewgäste, wenn zahlreiche – im Kern gleichlautende – Fragen gestellt werden, um den einen Satz zu bekommen, der als O-Ton für einen Beitrag noch gebraucht wird.

Durch Zuhören und sich die Zeit nehmen, das Gesagte auf sich wirken zu lassen, entstehen gute Gespräche und Interviews, nicht durch das hastige Abfeuern komplizierter Fragekonstrukte.



Teilnehmende der Medien-SommerAkademie 2011 der FES im Interview mit Hans Leyendecker, Süddeutsche Zeitung.



Deine wichtigsten Vorbereitungen auf Dein Interview:

- Sind die Rahmenbedingungen (thematisch, zeitlich, usw.) allen Beteiligten klar?
- Habe ich zumindest die Einstiegsfrage schon im Kopf, die unerwartet, witzig, aktuell ist?
- Sind Karteikarten / Stichwortzettel mit verständlich formulierten (kurzen) Fragen, Zitaten, Fakten vorbereitet?
- Sind Ausweichfragen vorbereitet bei potenziell konflikträchtigen Themen?
- Habe ich den richtigen Namen, die Funktion des/der Gesprächspartner_in aufgeschrieben, damit aus „Herr Meier“ bei der Begrüßung nicht „Herr Müller“ wird?
- Weiß ich, wie der Name des Interviewgastes richtig ausgesprochen wird? Damit aus dem Bundestagsabgeordneten Cem Özdemir (Dschem Özdemir mit weichem „S“) nicht mal wieder Kem Ötzdemir wird.



4. Fragearten im Interview

Die Journalistin Maybrit Illner gibt Kolleg_innen unter anderem mit auf den Weg, dass nichts größeren Schaden anrichte, „als Vorurteile und voreilige Schlüsse“. Interviewgästen solle man mit Respekt begegnen, „nicht mit Unterwürfigkeit oder Furcht“. Diese Aussage bringt treffend eine Grundhaltung auf den Punkt, die für alle Formen von Interviews gelten sollte. Als Vertreter_in des Publikums Interviewten auf den Busch zu klopfen, ein „rundes“ Bild von ihm oder ihr zu zeichnen, das Motivation, Erfahrungen und Glaubwürdigkeit aber auch Widersprüche oder Unklarheiten thematisiert, gehört zum journalistischen Job.

Die innere Haltung der professionellen Journalist_innen gegenüber Gästen ist: respektvoll, vorurteilsfrei, auf Augenhöhe.



Gesprächsrunden sind für die Gesprächsleitung eine Herausforderung! Gute Moderationen müssen und können in einer Vielzahl von Kursen gelernt werden!

Dieser Anspruch wird manchmal durch ausweichende Antworten oder nichtssagende Floskeln von Interviewpartner_innen erschwert. „Können diese auch durch insistierende Nachfragen nicht aufgebrochen werden, erfolgt der **Informationstransfer fast ausschließlich durch die Frage selbst**“, schrieb Manfred Buchholz, Journalist und ehemaliger Vorsitzender des deutschen Journalistenverbandes.

Vermeide im Interview komplizierte und zu lange Fragen!

- Aufpassen sollte man allerdings mit **komplizierten und zu langen Fragen**. Sie belegen vielleicht eine intensive Vorbereitung oder intellektuelle Brillanz, überfordern Interviewte und Rezipient_innen aber schnell. Zumal sie immer wieder zu **Mehrfachfragen** führen, die (zu) viele Aspekte anreißen. Vor allem medienerefarene Menschen beantworten nur den Teil der Frage, der ihnen am besten in den Kram passt. Weniger Erfahrene fragen sich verwirrt, was denn nun genau gemeint ist. Und beantworten oft nur den zweiten Teil der Frage. Rezipient_innen fragen sich dann irritiert, warum mal wieder eine Frage nicht beantwortet wurde. Außerdem steigt das Risiko, durch zu lange Fragen, besonders in Live-Interviews, selbst den Faden zu verlieren.

Formuliere in der Frage präzise Fakten, z.B. Zahlen oder nenne konkrete Personen.

- **Präzise formulierte Fragen** kommen ohne unbestimmte Weichspüler wie „man“ aus und benennen klar, wer sich dahinter verbirgt („Ihr Parteifreund“, „Die Studie“ usw.). Zitiert werden also andere Quellen, die Relevantes zum Thema beigetragen haben. Wie gesagt: Die persönliche Meinung von Journalist_innen sollte nicht Gegenstand des Interviews sein.

Um eine Äußerung im Interview festzuklopfen, bieten sich **Feedback-/Bestätigungsfragen** an („Habe ich Sie richtig verstanden, dass Sie...“), die die Antwort (oder besser: das Verstandene) resümieren. Gäste haben die Möglichkeit, sich selbst oder den/die Fragesteller_in zu korrigieren oder die Aussage zu präzisieren. Darüber hinaus bringen sie unerwartete oder kritische Aussagen auf den Punkt und klopfen sie für die Rezipient_innen nachvollziehbar fest.

Betone wichtige Aussagen des Interviewten mit Feedback-/Bestätigungsfragen!

Offene W-Fragen haben den Vorteil, dass sie Menschen in der Regel zum Sprechen bringen. Besonders Interviewte, die nur wenig Medienerefare haben oder unsicher sind, lassen sich damit aus der Reserve locken und können sich an die Gesprächssituation

Offene Fragen laden im Interview zum Sprechenden ein - ermöglichen aber unter Umständen einen wirklichen Dialog.



Mache Dir während des Interviews Notizen zu wichtigen Aussagen, sie erleichtern u.a. die spätere Verschriftlichung.

gewöhnen. Dieser Vorteil ist zugleich ein Nachteil: Offene Fragen bergen die Gefahr, dass der Redefluss kein Ende nimmt und das Sprechenden die Überhand gewinnt. Das bedeutet bei Live-Interviews, dass Journalist_innen allein aus Zeitgründen intervenieren müssen. Schriftliche Interviews werden in der Nachbearbeitung zwar gekürzt, damit ist aber viel Arbeit verbunden, die man sich im hektischen Redaktionsalltag gerne erspart.

Geschlossene Fragen zwingen den Interviewgast zu einem konkreten 'Ja' oder 'Nein' – und schaffen unter Umständen eine Verhöratmosphäre.

→ **Geschlossenen Fragen** wird nachgesagt, dass sie Gesprächspartner_innen enger am Thema halten, weil sie nur mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet werden können. Sie fordern eine knappe Antwort ein: „Frau Bürgermeisterin, werden Sie zurücktreten?“ Sie eignen sich, um einen Sachverhalt zuzuspitzen oder abzuschließen. Kommt selbst trotz mehrfacher Nachfrage keine befriedigende Antwort, ist auch das eine Antwort.



Teilnehmerinnen beim Straßeninterview während eines Interview-Workshops der FES-JournalistenAkademie.

Ein Interview ist kein polizeiliches Verhör. Geschlossene Fragen sollten maßvoll eingesetzt und im Wechsel mit anderen Fragearten gestellt werden. Provokant formulierte Fragen a la „Trinken Sie eigentlich immer noch so viel“ gehören zwar zu den geschlossenen Fragen, lassen sich aber beim besten Willen nicht so einfach mit einem „Ja“ oder „Nein“ beantworten... Medienerfahrene interessiert es selten, ob sie mit einer offenen oder geschlossenen Frage konfrontiert werden. Sie geben die Antwort, die sie geben wollen, weil sie ihre Botschaft setzen.

Begriffsfragen beleuchten („Was konkret verbinden Sie mit dem Begriff?“) sehr allgemeine und mitunter nichtssagende Floskeln, die gern im politischen Bereich genutzt werden. Von „Freiheit“, „Solidarität“ oder „Sicherheit“ ist dann die Rede. Ohne Kontext und eine klare Definition sagen sie erstmal wenig aus und bedürfen einer Einordnung, die sich jenseits von Allgemeinplätzen bewegt. Das gilt auch für Formulierungen, die aus einem Nullachtfünfzehn-Artikel „innovative“ Produkte mit „einmaligen“ oder „herausragenden“ Eigenschaften machen. Werbliche Sprache vom Feinsten.

Worthülsen oder PR-Sprech lassen sich nutzen, um elegant das Thema zu vertiefen. „Was ist denn so innovativ an einem Auto, das so viel CO² emittiert, wie eine Dampfflock aus dem 19. Jahrhundert?“ könnte sich zum Beispiel als Nachfrage anschließen.

Fremdwörter oder Anglizismen, die kaum ein Mensch versteht, sind häufige Begleiter von Vertreter_innen aus Wissenschaft und Wirtschaft. Ein bekannter Fern-

Politiker_innen neigen wie alle anderen Expert_innen dazu, ihre Botschaften in werblicher Sprache vorzutragen. Entlarve durch Nachfragen die ‚Nachhaltigkeit‘, das ‚Innovative‘ oder die ‚Einzigartigkeit‘ des Beschriebenen.

Vermeide im Interview stets die Verwendung von Fremdwörtern, Fachbegriffen oder Anglizismen.

sehjournalist fragt dann nach, ob es dafür auch ein deutsches Wort gibt, das seine alte Mutter versteht. Das sensibilisiert Interviewte dafür, verständlicher zu sprechen. Und es entlastet uns davon, immer die korrekte deutsche Übersetzung parat haben zu müssen. Manchmal passt der Hinweis, dass schließlich auch das Publikum die Formulierung verstehen sollte.

Mit motivierenden oder steuernden Fragen gelingt es Dir, elegant zum Thema zurückzuführen.

→ **Motivierende** Fragen helfen besonders Interviewgästen, die unerfahren oder unsicher sind. Mit dem freundlichen und motivierenden Hinweis, dass es „ein interessanter Aspekt ist“, der gerne „ausführlicher dargelegt werden darf“, bringt man sie wieder auf die Spur. Übrigens helfen diese Fragen, gutmütige Vielredner_innen wieder ins Gleis zu setzen, wenn sie begeistert vom eigenen Wortschwall die Orientierung verloren haben. Ähnlich funktionieren **steuernde Fragen** („Entschuldigung, bei dieser Frage ging es vor allem darum...“), die sich gut bei Menschen eignen, die eine Frage bewusst nicht beantworten wollen.

Exkurs:

Gegenfragen von Interviewten sind zwar auch Fragen, haben in einem Interview nichts zu suchen. Es geht nämlich nicht darum, wie Journalist_innen einen Sachverhalt einschätzen, es geht um die Positionen der Interviewten. Wird eine Gegenfrage zum Beispiel mit „Finden Sie nicht auch, dass...“ eingeleitet, droht ein Rollenwechsel, Journalist_innen werden plötzlich zu Befragten. Die Formulierung: „Heute bin ich für die Fragen und Sie für die Antworten zuständig...“, rückt die Rollenverteilung wieder gerade. Kommt allerdings eine Gegenfrage zur Quelle, sollten Interviewer_innen diese parat haben.

Die Meta-Kommunikation ist die Kommunikation

über die Kommunikation, also das Reden über das Reden. Man löst sich von den unmittelbaren Inhalten, um eine Ebene höher den eigenen Eindruck vom Gesprächsverlauf zu spiegeln oder wiederkehrende Muster aufzuzeigen. Kommt ein Gespräch nicht richtig in Gang, weil Interviewte zum Beispiel nervös oder schlecht vorbereitet sind, hilft der Sprung auf die Metaebene, um nach Lösungen zu suchen. Journalistisch noch interessanter ist es, über den Ebenenwechsel auch für die Leser_innen oder Zuschauer_innen die rhetorische Taktik transparent zu machen, dass eine Frage inzwischen schon das dritte Mal nicht beantwortet wurde („Ich habe den Eindruck, dass Sie...“). Nicht alles, was mit geschickt formulierten und dramaturgisch clever aufgebauten Frageketten in einem Interview möglich ist, ist auch statthaft. Besonders wenig medienerfahrene Menschen „öffnen“ sich (vielleicht besser: werden „geöffnet“) mit Hilfe von Nachfragen aus der **psychotherapeutischen Methodenkiste** schnell. Manche Redaktion wird es sicher erfreuen, dass Interviewte dann scheinbar bereitwillig das Innerste für das Publikum nach außen kehren. Es gehört aber zum journalistischen Job dazu, die Persönlichkeitsrechte von Menschen zu schützen, wenn sie das selbst nicht können, weil sie die Konsequenzen ihrer Offenheit nicht umfänglich einschätzen können.

Interviewgäste zu **unterbrechen** ist eine Gratwanderung: Manche brauchen einfach etwas Zeit, um einen Gedanken zu formulieren. Man muss also warten können und ein **Gespür für den Zeitpunkt** der Intervention entwickeln. Bei Interviewgästen, die ohne

Auf der Meta-Ebene eines Interviews kannst Du zum Beispiel die Gesprächstaktiken Deines Gastes entlarven.

Gesprächsethik: Die professionelle Journalistin und der professionelle Journalist schützt stets die Persönlichkeitsrechte ihres Interviewgastes!

Punkt und Komma reden, weil sie sich verzettelt haben, keine oder schwammige Antworten geben, kommen Interviewende allerdings nicht umhin, die Ausführungen zu stoppen, um sie wieder ans Thema heranzuführen. Schließlich ist das Zeit- oder Platzbudget in allen Mediengattungen beschränkt. Eine elegante, weil „niedrigschwellige“ Möglichkeit, die Gesprächsführung wieder zu übernehmen, ist die Körpersprache (siehe Kapitel 5).

Kombiniert mit verbalen Interventionen lassen sich auch gewiefte Vielredner_innen in der Regel auf den Gesprächspfad zurückführen.

Tipp: „Unterbrechen“:

- Auf zustimmendes Nicken und Beifallsbekundungen wie „genau“ oder „richtig“ verzichten: Sie laden zum Weiterreden ein.
- Wer mit dem eigenen Namen oder der Funktion angesprochen wird, lässt sich leichter stoppen.
- Loben („Interessanter Aspekt, den ich gerne vertiefen möchte“).
- Gut zuhören (!), denn das ermöglicht, Schlüsselbegriffe schnell aufzugreifen und für vertiefende Fragen zu nutzen („Bei diesem Stichwort möchte ich kurz einhaken...“).
- Sich selbst zum Anwalt / zur Anwältin der Rezipient_innen machen: „Unsere Hörer_innen, Zuschauer_innen interessiert vor allem...“.

5. Körpersprache im Interview gezielt einsetzen

Auf den ersten Blick geht es in einem Interview um den Inhalt. Doch jenseits aller Worte spielt die Körpersprache eine wichtige Rolle. Und zwar auf beiden Seiten des Tisches. Denn zum einen nehmen zumindest bei den elektronischen Medien die Zuhörenden oder Zuschauenden nicht nur wahr, was die Gesprächspartner_innen miteinander inhaltlich besprechen. Sie achten auch auf die Körpersprache beider Akteur_innen und gleichen die inhaltliche Ebene mit der nichtsprachlichen Ebene ab. Dahinter steht im Kern die Frage, ob jemand **authentisch, glaubwürdig**

Die Körpersprache eines Menschen kann Hinweise darauf geben, wie sich der Mensch fühlt. Eine psychologische Deutung dieser Hinweise ist meist schwieriger als manche Ratgeber es suggerieren.



Interview während der Medien-SommerAkademie 2011: Politischer Journalismus: Wofür stehst Du?

oder sympathisch ist. Aber auch, wer für Print- oder Onlineformate ein Interview führt, sollte um die Wirkung der Körpersprache wissen, denn sie kann Hinweise geben, die wichtig für den Gesprächsverlauf sind.

Übrigens gibt es bei der Deutung der Körpersprache teilweise kulturelle Unterschiede: Ein offener Blickkontakt wird in manchen Ländern als eher unhöflich empfunden, ein Nicken nicht immer als Zustimmung verstanden.

Ein Hinweis vorweg:

Wer die Körpersprache eines Gegenübers deutet, beschreibt lediglich, wie der Mensch auf uns wirkt und



Der offensive Blick des Interviewten in die Augen des Fragenden vermittelt Souveränität, Authentizität und Sympathie.

nicht, wie er oder sie ist. Zwar lassen sich verschränkte Arme oder überkreuzte Beine als eine emotionale Barriere deuten. Es ist allerdings gut möglich, dass unser Gegenüber lediglich friert oder so bequemer sitzt. Die Körpersprache kann wichtige Hinweise auf den Gemütszustand unserer Gesprächspartner_innen geben, die wir als zusätzliche Information im Auge behalten und bei der Gesprächsführung berücksichtigen sollten. Aber Menschen mittels Körpersprache zu „entschlüsseln“ oder zu „lesen“ ist nicht so leicht möglich, wie es zahlreiche Ratgeberbücher suggerieren.

Blickkontakt:

Ein freundlicher und zugewandter Einstieg wird mit einem offenen Blickkontakt hergestellt. Er signalisiert Interesse, vermittelt aber auch Kompetenz. Anders als ein defensiver Blickkontakt in einem Gespräch, der häufig als Desinteresse oder Unsicherheit interpretiert wird. Nur wer sein Gegenüber im Gespräch anguckt, nimmt Gefühlsregungen wie Erstaunen, Unsicherheit oder Ablehnung wahr oder kann zu verstehen geben, dass es gerade rund läuft.

Gestik:

Die Gestik erfüllt viele Funktionen in der zwischenmenschlichen Kommunikation. Verbale Begriffe werden unterstrichen oder sogar durch die Bewegung des Kopfes, der Arme oder der Hände ersetzt. Kopfnicken im Gespräch lädt unsere/n Interviewpartner_in dazu ein weiterzusprechen. Das ist gut, weil wir zeigen, dass wir zuhören, interessiert sind und verstehen. Schwierig wird es bei Interviewgästen, die ohne Punkt und Komma reden und die Geduld auf die

Ein zentrales Element zur Darstellung der eigenen Kompetenz und Autorität ist in unserem Kulturkreis der offensive, freundliche Blick in die Augen des Gegenübers.

Sparsame und gezielte Gesten werden im Gespräch international verstanden. Durch die erhobene Hand mit der Handfläche nach außen kann der Vielredner unterbrochen werden; ein Kopfnicken bestätigt die Schüchternen und lädt sie zum Weiterreden ein.

Probe stellen. Andauerndes freundliches Nicken wird schnell als Aufforderung verstanden, doch bitte unbedingt weiter zu machen. Hier gilt: Bitte nur sparsam den Kopf bewegen!

Eine lebendige (nicht „fuchtelnde“) Gestik steuert den Gesprächsablauf und spielt deshalb im Interview eine wichtige Rolle. Ohne lautstark zu intervenieren, leitet die Hand oder der Arm als nonverbales Stoppschild einen Sprecher_innen-Wechsel ein. Das schafft dann endlich wieder die Gelegenheit, eine Frage loszuwerden.

Dein Lächeln zu Beginn eines jeden Dialogs - ob Interview, Rede oder Gruppentalk - ist stets ein Türöffner. Auch in hitzigen Diskussionen gilt: Hart in der Sache und weich zu den Menschen.

Mimik:

Der Gesichtsausdruck vermittelt im Gespräch viele Informationen, die sich deuten lassen: Erstaunen, Zustimmung, Angst oder Freude gehören dazu. Gerade zu Beginn eines Interviews (und nicht nur bei Interviewgästen, die wenig Erfahrung mitbringen) ist eine Begrüßung, die mit einem freundlichen Lächeln ein-



Die passende Mimik kann schon zu Beginn eines Interviews als Türöffner dienen.

hergeht, ein Türöffner. Das gilt übrigens auch für Interviews, die **konfrontativ geführt** werden sollen. Wer inhaltlich hart in der Sache auftritt, kann in der Form trotzdem weich und respektvoll zu den Menschen sein. Klar, dass im weiteren Gesprächsverlauf und bei ernstern Themen ein angemessener (ernster) Gesichtsausdruck angesagt ist.

Stimme

Zur Stimme zählen paralinguistische Aspekte wie zum Beispiel Sprechpausen, die Betonung oder Lautstärke. Mit der Stimme akzentuieren wir das Gesagte. Im übertragenen Sinne ist die Stimme der „Textmarker“, der dazu dient, auf wichtige Aspekte aufmerksam zu machen und sie zu strukturieren. Auch wenn die Interviewsituation vielleicht aufregend ist: Schnelles Sprechen macht die Sache nicht besser. Bewusst gesetzte Pausen verringern die Wahrscheinlichkeit, dass ganze Silben verschluckt werden und die Interviewfrage nicht richtig verstanden wird. Pausen und begleitendes Luftholen helfen dabei, den Sauerstoffvorrat im Körper wieder auf ein gesundes Level zu bringen. Gerade in Situationen, in denen Menschen aufgeregt sind, vergessen sie das Ausatmen, werden kurzatmig und wirken dadurch hektisch.

Die Lautstärke, mit der gesprochen wird, lädt zu Interpretationen ein. Bei einer zaghaft vorgetragenen Frage entsteht schnell der Eindruck fehlenden Selbstbewusstseins. Klar akzentuierte und mit deutlicher Stimme vorgetragene Sätze verhindern diese Einschätzung. Außerdem ist man in Interviews via Telefon oder Videoplattform besser zu verstehen.

Deine Stimme ist Dein Instrument, mit dem Du jede Stimmung erzeugen kannst, vorausgesetzt, Du beherrschst dieses Instrument nicht nur im Volumen von laut oder leise, sondern auch in der Modulation von freundlich, bestimmt, herausfordernd, neckend, lauernd und vielem mehr. Sportjournalist_innen im Radio liefern beim Kommentar eines Fußballspiels meist ein eindrucksvolles Schauspiel der menschlichen Stimme.

Das Outfit sollte der Gesprächssituation, dem Anlass und dem Interviewgast gegenüber angemessen sein. Falls es hier Unsicherheiten gibt, ist ein eher konservativer Dress von unifarbener Blazer, weißer Bluse oder weißem Hemd und dezenter Hose empfehlenswerter als ein zu salopper Auftritt im kurzen Kleid oder Motiv-T-Shirt über ausgewaschener Jeans.

Outfit:

- Der erste Eindruck wird nicht allein dadurch vermittelt, was und wie wir etwas sagen. Der erste Eindruck entsteht durch die Kleidung schon aus der Ferne – ohne das ein Wort gewechselt wurde. Die Kleidung sollte die persönliche Ausstrahlung unterstreichen, bequem und der Situation angemessen sein. Schließlich signalisiert sie auch Respekt für die Person oder deren Amt. Ein Anzug oder Kostüm bei einem Interview im Jugendheim ist genauso fehl am Platz, wie der Jogginganzug beim Minister_innen-Interview. Hier gilt es, im Vorfeld bewusst zu entscheiden, welche Kleidung für den Anlass angemessen ist. Wer übrigens vom eigenen rhetorischen Auftritt (noch) nicht überzeugt ist, muss sich nicht allzu viele Sorgen machen: Viele Menschen, die heute sehr erfolgreich in der Öffentlichkeit stehen, sind nicht als rhetorische Wunderkinder auf die Welt gekommen.



Moderator der Medien-SommerAkademie 2013 der FES zum Thema: Von Medien-Jägern und Politik-Gejagten.

Sie haben Fortbildungen und Coachings besucht und dort ihre eigene Körpersprache reflektiert und trainiert. Mit Atem- oder Entspannungsübungen lassen sich Lampenfieber oder Nervosität gut in den Griff bekommen, hierzu gibt es ein umfangreiches Seminarangebot.

Um Sicherheit im individuellen rhetorischen Auftreten zu gewinnen ist ein Rhetorikkurs empfehlenswert. Und Sicherheit ist wiederum das Mittel der Wahl gegen Lampenfieber.

Tipp: Vom Umgang mit Vielredner_innen

- Selbst Interviewgäste, die (zu) viel reden und sich nicht unterbrechen lassen, brauchen Luft zum Atmen. Nutze natürlichen Pausen, um nachzuhaken.
- Ein bewusster Einsatz der der Gestik (z.B. gehobene Handfläche oder den Arm als „Stoppschild“ zeigen) kündigt eine Frage an oder signalisiert: Bitte zum Ende kommen.
- Stirnrunzeln oder leichtes Kopfschütteln irritiert und bremst den Redefluss.
- Eine bewusst und deutlich veränderte Körperhaltung (z.B. nach vorne beugen) zeigt an, dass ein Sprecher_innen-Wechsel gewünscht ist.
- Lautes Sprechen beim Einhaken verhindert, dass die Intervention überhört wird.

Grundsätzlich gilt: Wer Interviewpartner_innen unterbricht, um nachzuhaken, begeht keine Majestätsbeleidigung, sondern signalisiert den Anspruch auf die Gesprächsleitung. Wer zu ungeduldig unterbricht, verpasst aber vielleicht spannende Aussagen.



Besonderheiten bei onlinegestützten Interviews

Die Körpersprache in onlinegestützten Interviews orientiert sich stark an denen analog geführter Gespräche.

Auf einige Besonderheiten gilt es aber zu achten:

- Den Blick in die Kamera richten. Bei der Begrüßung lächeln.
- Die Karteikarte / den Fragezettel bei Bedarf mit einer Wäscheklammer oder mit Klebeband am Bildschirm direkt neben oder unter der Kamera befestigen.
- Gesten werden gerade bei kleinen Bildschirmen schlechter wahrgenommen. Trotzdem gezielt nutzen, weil sie sich zum Einhängen eignen.
- Tempo von der Tendenz etwas langsamer, damit Endungen nicht verwaschen werden. Außerdem Sprechpausen machen, Sätze möglichst kurz formulieren.
- Outfit und Hintergrund rücken näher ans Gegenüber ran, besonders bei hochauflösenden Kameras. Bitte bewusst entscheiden, welcher Eindruck vermittelt oder vermieden werden soll. Wenn die eigene Stirn aufgeregter glänzt: Mit einem Stofftaschentuch nicht abwischen, sondern abtupfen.

6. Nachbereitung & Autorisierung

Ist das Interview „im Kasten“, gibt es im Anschluss noch eine Menge zu tun. Das Rohmaterial muss gesichtet, geschnitten oder auf Zeile gebracht werden. Bei Print-Interviews bedeutet das aber auch: Das Gespräch wird gekürzt, sprachlich geglättet und von schwierigen Fachbegriffen oder Wiederholungen bereinigt. Dabei darf nicht sinnentstellend oder verzerrend gekürzt werden, das Gesagte muss richtig wiedergegeben sein.

Besonders prominente Interviewpartner_innen aus Kultur, Sport, Wissenschaft und Politik wollen vor der Veröffentlichung oft noch ein gewichtiges Wort mitreden und den **Text autorisieren**. In der Regel wurde schon vor dem Interview ein Autorisierungsvorbehalt vereinbart. Das ist bei Wortlaut-Interviews in der Regel unproblematisch, wenn es lediglich darum geht, sachliche Unklarheiten oder Fehler zu korrigieren, einen wichtigen Gedanken im Nachgang präziser zu formulieren oder den Lesefluss zu verbessern. Diese Praxis hat den Vorteil, dass sachliche Fehler korrigiert werden können, die sich durch die redaktionelle Nachbearbeitung, wie Kürzungen oder sprachliche Glättungen eingeschlichen haben. Außerdem sehen die Interviewpartner_innen, dass eventuell Fragen und Antworten des Interviews im Text an eine andere Stelle gerückt wurden.

Vor der Veröffentlichung wollen manche Interviewgäste den redaktionell bearbeiteten Text autorisieren. Die juristische Grundlage dafür bildet der Erlaubnisvorbehalt, der vor dem Interview bei der Redaktion schriftlich eingelegt wurde.

Schwierig wird es, wenn die Interviewpartner_innen oder deren Pressestellen die Antworten so massiv verändern, dass sie mit dem ursprünglichen Gespräch nichts oder nur noch wenig zu tun haben. Manchmal wird sogar an die journalistischen Fragen Hand angelegt. Ein solches Begehren wäre vor allem im englischsprachigen Raum kaum denkbar, in Deutschland kommt es dagegen häufiger vor.

Der Umfang der möglichen Korrekturen durch den Interviewten oder seine Pressestelle wurde vom Deutschen Journalistenverband (DJV) definiert: „Autorisierungen dienen der sachlichen Korrektheit, der Sinnwahrung und sprachlichen Klarheit. Änderungen müssen sich darauf beschränken“.

➔ Dazu findet der Deutsche Journalistenverband (DJV) klare Worte: **„Autorisierungen dienen der sachlichen Korrektheit**, der Sinnwahrung und sprachlichen Klarheit. Änderungen müssen sich darauf beschränken“, heißt es in den Leitlinien für die Interviewautorisierung des DJV. Darüber hinaus stellt der Verband unmissverständlich klar, dass Interviewte kein Recht hätten, Fragen der Interviewer_in nachträglich abzuändern.

„Nachträgliche Änderungen des Interviewten, die die Authentizität des Interviews oder einen wesentlichen Aussagegehalt konterkarieren, können von der Redaktion abgelehnt werden“, heißt es dazu in den Leitlinien.

Ist es nicht möglich, ein Einverständnis mit den Interviewten herzustellen, solle auf den **Abdruck des Interviews verzichtet** werden. Dass ein Interview nicht erscheint, weil es zu keiner Einigung kommt, passiert gar nicht so selten. Es gibt einige Beispiele, dass nur die Fragen, nicht aber die (unautorisierten) Antworten abgedruckt wurden (siehe Beispiel im Anhang). Rezipient_innen können sich dann selbst ein

Bild davon machen, dass es wahrscheinlich die pointierten Fragen waren, die die Freigabe des Gesprächs verhindert haben.

Es liegt im Interesse von Journalist_innen, dass Interviews, in die viel Zeit und Arbeit investiert wurde, auch veröffentlicht werden. Und es liegt im Interesse der Öffentlichkeit, diese Interviews zu lesen, zu hören oder zu sehen. Darum führt kaum ein Weg daran vorbei **zu verhandeln** und um Worte oder Sätze zu feilschen. Übrigens hilft dabei manchmal auch der Hinweis, dass eben auch ein Portrait oder eine Reportage erscheinen könnte, auf die Interviewpartner_innen und deren Pressestellen dann gar keinen Einfluss mehr nehmen können. Aus dem Gezerre um eine Interviewautorisierung lassen sich schöne Beiträge bauen, in denen die zweifelhafte Autorisierungspraxis des/r Interviewpartner_in thematisiert werden. (Knackig zuspitzende) Überschriften oder Bildunterschriften werden nicht zur Autorisierung verschickt, sondern ausschließlich der Interview-Text.

Auf Formulierungen wie „wenn ich nichts von Ihnen höre, gehe ich davon aus, dass das Interview von Ihnen freigegeben wird“, sollte verzichtet werden. E-Mails landen gelegentlich in Spamordner und kommen nicht an.

Bitte nicht vergessen, den Interviewten nach der Veröffentlichung einen Beleg (Text, Mitschnitt oder Link) mit einem herzlichen Dank für die gute Zusammenarbeit zu schicken. Das erhöht deren Bereitschaft, auch in Zukunft für Gespräche zur Verfügung zu stehen.

Deine kritische Selbstreflexion über das angefertigte journalistische Stück gehört zu Deiner Professionalität: Was war gut? Was kann ich besser machen?

→ **kritische Reflexion** über das Interview. Wer sich die eigenen Fragen und den Ablauf des geführten Interviews im Nachgang anhört, liest oder anschaut, kann von sich selbst lernen. Die Leitfragen dabei lauten: „Was hat mir an meinem Interview gefallen, was möchte ich beim nächsten Mal besser machen?“

Tipps Nachbereitung

- **Vereinbarungen einhalten: Interview ggf. zur Autorisierung an Gesprächspartner_in verschicken.**
- **Dabei zeitliche Vorgabe machen: „Bitte Retour bis...“.**
- **Autorisierungen sind oft Verhandlungssache: hartnäckigbleiben und ums Wort feilschen.**
- **Wenn nichts mehr geht: Klar machen, dass das Interview mit unzulässigen Änderungen nicht veröffentlicht wird.**
- **Belege verschicken, für die Zusammenarbeit danken.**
- **Ist eine weitere Zusammenarbeit in der Zukunft interessant und möglich? Vereinbarungen treffen!**

7. Fazit

Es ist ein großes Privileg, Menschen mit unterschiedlichen Biografien und Positionen interviewen zu dürfen. Ganz egal, ob die Interviewgäste Prominente aus Politik, Wissenschaft oder Kultur sind oder als Feuerwehrleute oder Pflegepersonal in schwierigen Zeiten zu ihrem anspruchsvollen Job interviewt werden.

Es gibt nicht den einen Weg, ein interessantes und unterhaltsames Interview zu führen. Jeder Mensch ist anders, kein Interview verläuft nach „Schema F“. Von journalistischer Seite gehört manchmal Mut dazu, sich von ritualisierten Fragen zu verabschieden, auf die ohnehin immer gleichlautend geantwortet wird.

Die Planung, Recherche, Fragearten und vieles mehr tragen dazu bei, dass ein Interview gut oder eben weniger gut gelingt. Am wichtigsten ist vor allem eines: Neugierig zu sein und neugierig zu bleiben. Auch nach dem hundertsten Interview.

Kleine Auswahl zum Nachlesen

Deutscher Journalistenverband (DJVWissen:16)

„Leitlinien für Interviewautorisierung“ bietet unter anderem Hintergrundmaterial und die Positionen von relevanten Berufsorganisationen.

Kostenloser Download als PDF unter: www.djv.de/fileadmin/user_upload/Der_DJV/DJV_Infobrosch%C3%BCren/DJV_Wissen_16_Interviewautorisierung_JVBB.pdf

Michael Haller: „Das Interview. Ein Handbuch für Journalisten.“ Ein Standardwerk, das u.a. körper-sprachliche Aspekte ausführlich thematisiert.

„(K)ein Interview mit Gabor Steingart“, abrufbar unter: <https://www.journalist.de/startseite/detail/article/kein-interview-mit-gabor-steingart>.

Die Antworten gibt's hier nicht, viel spannender sind aber die Fragen.

Christian Thiele: „Interviews führen“. Knackig, auf den Punkt mit schönen Beispielen.

Netzwerk Recherche (nr-Werkstatt Nr. 13): „Interview-Kulturen. Professionelle Interviews als Qualitätstreiber.“ Viele hilfreiche Tipps erfahrener Journalist_innen. Kostenloser Download als PDF unter: <https://netzwerkrecherche.org/files/nr-werkstatt-13-interview-kulturen.pdf>

Carmen Kindl-Beifuß: „Fragen können wie Küsse schmecken. Systemische Fragetechniken für Anfänger und Fortgeschrittene“ (Heidelberg 2011). Kommt aus der Therapie- und Coaching-Ecke und bietet spannende Anregungen, auch einmal ungewöhnliche Fragen zu stellen, die einen Perspektivwechsel ermöglichen.

Uwe Britten: „Interviews planen, durchführen, verschriftlichen. Ein Arbeitsbuch“ (Bamberg 2002). Zeigt gut lesbar den gesamten Prozess von Interviews auf.



Volker Engels hat Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Freien Universität Berlin studiert. Er arbeitet seit mehr als 20 Jahren als Autor sowie als freiberuflicher Journalist für Zeitschriften und Zeitungen. Er bietet unter anderem als Dozent für die JournalistenAkademie der Friedrich-Ebert-Stiftung und als Kommunikationstrainer Seminare und Web-Veranstaltungen an. Er ist Co-Autor des Buches „Die Lobby regiert das Land“, das er zusammen mit einem ehemaligen Bundestagsabgeordneten verfasst hat.



ISBN 978-3-98628-003-1