



Interviewen

Christian Thiele

Kurs A030

Interviewen

Christian Thiele

■ Impressum

© 2011 DFJV Deutsches Journalistenkolleg GmbH, Berlin
Alle Rechte vorbehalten.

Der gesamte Inhalt des vorliegenden Studienbriefs (Texte, Bilder, Grafiken, Design usw.) und jede Auswahl davon unterliegt dem Urheberrecht und anderen Gesetzen zum Schutze geistigen Eigentums der DFJV Deutsches Journalistenkolleg GmbH oder anderer Eigentümer. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Eigentümers unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich verfolgt.






Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Text berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zur Benutzung solcher Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung. Sämtliche verwendete Marken sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber.

Die DFJV Deutsches Journalistenkolleg GmbH und ihre Dozenten und Autoren haben höchste Sorgfalt bei der Erstellung des vorliegenden Studienbriefs angewandt. Dennoch übernehmen sie keinerlei Verantwortung oder Haftung für Richtigkeit oder Vollständigkeit sowie eventuelle Fehler oder Versäumnisse innerhalb des Studienbriefs. Die Inhalte und Materialien werden unter Ausschluss jeglicher Gewährleistung zur Verfügung gestellt. Insbesondere erfolgt die Anwendung von im Studienbrief dargestellten Erkenntnissen auf Gefahr des Teilnehmers.

Printed in Germany.

www.journalistenkolleg.de

■ Legende

-  Beispiel
-  Merksatz
-  Definition
-  Übung
-  Selbstkontrollaufgabe

Inhalt

	Einführung	7
1	Gefragte und Frager über das Fragen	12
2	Warum und wann führen und drucken wir Interviews – und warum und wann besser nicht?	14
3	Wann ist ein Interview gut – und wann nicht?	18
3.1	Ein Interview ist gut, wenn ...	19
3.2	Ein Interview ist misslungen, wenn ...	21
4	Wie bereite ich ein Interview vor?	24
4.1	Spontan drauflosfragen?	24
4.2	Recherche/thematische Vorbereitung	25
4.3	Nach Fahrplan fragen?	26
4.4	Allein oder zu zweien?	27
4.5	Das Wo, Wie, Wann	27
4.6	Tücken der Technik	28
5	Wie führe ich ein Interview?	30
5.1	Den Rahmen wahren	30
5.2	Grünes Licht für den „Roten Bereich“ einholen	31
5.3	Mut tut gut	32
5.4	Fragetechniken	33
5.5	Vom Umgang mit Lächerern, Schweigern und anderen Problemfällen	35
5.6	Zum Schluss kommen	36
6	Wie führe ich ein Interview unter erschwerten Bedingungen?	38
6.1	Der Phoner	38
6.2	Das Multi-Interview	39
6.3	Das Kurzinterview	40
6.4	Der Roundtable	42
6.5	Das „Interview“ per E-Mail	43

7	Vom Gesagten zum Geschriebenen: Wie wird aus dem Gespräch ein Text?	45
7.1	Bauklötze statt Beton	45
7.2	Fremd- versus selbstabtippen	46
7.3	Samt „Äh“s und „Öh“s: Das Interview als „Best Of“-Text	47
7.4	Sprache im Interview	49
7.5	Dramaturgie	50
7.6	Die Beilagen	54
8	Vom Geschriebenen zum Gedruckten:	
	Wie bekomme ich ein Interview autorisiert?	56
8.1	Rechtliche Lage	58
8.2	So geht's auch – Beispiele aus der Praxis	61
9	Die Goldenen Regeln für gelungene Interviews – eine Checkliste	62
	Zum Nachhören, -lesen, -klicken: weiteres Material zum Thema Interview	66
	Über den Autor	69

Kapitel 2: Warum und wann führen und drucken wir Interviews – und warum und wann besser nicht?

Lernziele:

Ignacio Ramonets Behauptung, das Interview sei eine Textgattung für faule Journalisten, haben wir ja bereits widerlegt. Dennoch soll uns Ramonet in diesem Kapitel noch einige Gedanken wert sein:

- Warum führen wir überhaupt Interviews und drucken oder senden sie dann?
- Was sind überhaupt gute Anlässe für ein Gespräch, was ist ein sinnvoller Gesprächspartner?
- Mit welchen Gesprächspartnern oder zu welchen Themen sollten wir lieber kein Interview führen?
- Welche Alternativen zum Interview gibt es?

Wieso und zu welchen Anlässen drucken Zeitungen und Magazine überhaupt Interviews? Greifen wir uns doch einmal an einem beliebigen Tag einen Stapel Zeitungen und Magazine vom Kiosk und betrachten die Lage an der Interviewfront.

Beispiele: So viele Anlässe, so viele Themen

Eine beliebige Ausgabe der Süddeutschen Zeitung (vom 12.3.2009):

- Auf den Politikseiten wird eine Kriminologin über die Psyche jugendlicher Amokläufer befragt.
- Auf der Panoramaseite äußert sich ein Hirnforscher über die Intelligenz von Kindern älterer Väter.
- Das Wirtschaftsressort bringt ein Interview mit dem Präsidenten von General Motors Europa, in dem es um das Überleben von Opel geht. Ein paar Seiten weiter äußert sich der Chef des Bundesverbandes der Arbeitgeber zu Staatshilfen und Bankenversagen.
- Auf der Geldseite wird – ebenfalls in Form eines Interviews – der Finanzchef der Münchner Rück zu den Aktienkursen der Versicherungskonzerne befragt.



- Auf der Medienseite lästert ein Medienkontrolleur über das Privatfernsehen.
- Auf den Reiseseiten kommt ein britischer Zukunftsforscher zu Wort, der sich im Interview über die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Touristikbranche auslässt.
- Im Lokalteil wird der Dritte Bürgermeister von München zur Zukunft des Radverkehrs befragt.
- In einer Sonderbeilage zum Thema Schule und Weiterbildung erzählen sechs Berufstätige in Protokollform, wie, was und warum sie in ihrem Arbeitsleben dazugelernt haben.

Monopol, Nr. 3/2009

- Auf Seite 17 erklärt der Künstler Jim Shaw in der Rubrik „Drei Fragen an“ das Konzept seiner neuen Ausstellung in London.
- Ab Seite 38 wird die Gesellschaftsmalerin Elizabeth Peyton in einer insgesamt zwölfseitigen Frage-Antwort-Strecke zu ihrer Arbeit und ihrem Werdegang befragt.
- Üppig illustrierte 14 Seiten nimmt weiter hinten ein Interview mit dem Fotografen Michael Schmidt über seine Arbeit, seine Vorbilder und das Wesen der Fotografie ein – auch hier in Frage-Antwort-Form gehalten.
- Auf der letzten Seite steht, wie immer: „Was macht die Kunst“, ein Interview, das diesmal mit dem Komponisten Michael Nyman über zwei aktuelle Projekte geführt wurde.

Bild, 13.3.2009

- Auf den Sonderseiten zum Amoklauf an der Realschule von Winnenden steht das Protokoll einer Schülerin darüber, wie sie das im Klassenraum erlebt hat.
- Im Münchner Lokalteil äußert sich der bayerische Innenminister Joachim Herrmann in einem durchgeschriebenen Gesprächsinterview mit Zitat-Passagen über die Sicherheit an Bayerns Schulen.
- Erfolgsautor Richard David Precht hat ein neues Buch geschrieben, über die Liebe, und erklärt daher einige Seiten weiter hinten in Frage-und-Antwort-Form den Bild-Lesern die Liebe.
- Im Sport: Der Fußball-Gipfel zwischen Bundestrainer Jogi Löw, FC-Bayern-Präsident Franz Beckenbauer und Ex-Kicker-Größe Günter Netzer über die Nöte der Bundesliga.



So viele Themen. So viele Experten. Und so viele unterschiedliche Interviews. Wir können also:

-> einen Fachmann befragen, einen Experten, der uns Hintergründe, Zusammenhänge zu einem Vorgang oder zu einem Problem erklärt;
-> einen Betroffenen interviewen, der Augenzeuge eines Unglücks, einer Katastrophe war und der uns erzählt, wie es – aus seiner Sicht – wirklich war;
-> eine Behördenchefin, einen Verbandsvertreter oder einen Politiker ins Kreuzverhör nehmen und ihn nach seiner Verantwortung fragen, nach den Vorschlägen der Opposition;
-> einen Prominenten sprechen, eine Schauspielerin, einen Rockmusiker, eine Schriftstellerin, einen Sportler, und ihn nach seinem Lebensweg befragen, seinen Leistungen, seinen Fehlern, seinen Gegnern und Freunden.

Jeder von uns wird jeden Gesprächspartner für jedes Medium – hoffentlich – ganz andere Dinge fragen. Und – hoffentlich – jedesmal mit ganz anderen, eigenen Antworten in die Redaktion zurückkehren.

Sinnvoll sind Interviews aber nur dann, wenn sie möglichst viele der folgenden Kriterien erfüllen:

-> Ist der Experte/Star wirklich kompetent? Hat er etwas zu sagen zu dem Thema, das uns bzw. unsere Zielgruppe interessiert?
-> Kann sie/er auch etwas sagen? Das heißt, ist der avisierte Gesprächspartner auch in der Lage und willens, komplexe Sachverhalte, provokante Meinungen oder persönliche Erlebnisse und Anekdoten in anschaulicher, verständlicher, bildhafter Sprache darzustellen?
-> Ist der Gesprächspartner nicht eventuell schon „durch“, weil er in den vergangenen Tagen/Wochen/Monaten auf allen Kanälen seine Botschaft versendet hat? Oder bekommen wir mit seinen Äußerungen exklusive Zitate, die andere Medien aufgreifen und damit unser Heft, unsere Zeitung, unseren Blog ins Gespräch bringen könnten?

Übungen

Suchen Sie sich zwei unterschiedliche Medien Ihrer Wahl aus, etwa ein Special-Interest-Magazin und eine Regionalzeitung oder eine Kundenzeitschrift und ein Modeheft, und untersuchen Sie die dort abgedruckten Interviews:

- In welchen Ressorts, auf welchen Seiten sind Interviews erschienen?
- Gibt es jeweils einen Anlass für ein Gespräch mit genau diesem Interviewpartner?
- Wie lassen sich die Gesprächspartner klassifizieren (Experte, Star etc.)?
- Welchen Bezug haben diese zur Zielgruppe des jeweiligen Mediums?

Bitte notieren Sie sich Ihre Ergebnisse – Sie werden Sie später noch brauchen!

Gute und schlechte Anlässe und Gesprächspartner für Interviews

Sehen Sie sich noch einmal Ihre ausgewählten Interviews und Ihre Notizen dazu an:

- Ist der Anlass für das jeweilige Interview angemessen?
- Hält der Gesprächspartner das, was er verspricht, bzw. was sich die Leserschaft von ihm versprechen kann?

Notieren Sie bitte wiederum Ihre Beobachtungen.

Alternativen zum Interview

Greifen Sie bitte wieder auf Ihre ausgesuchten Interviews und die Notizen dazu zurück:

- War das Interview die jeweils angemessene Textform für Anlass und Gesprächspartner?
- Wie sonst hätte man Anlass und/oder Interviewpartner aufgreifen können?
- Was wäre vielleicht besser für ein Porträt, eine Reportage oder ein Meinungsstück geeignet gewesen?



SWR1, Leute, im Internet abrufbar unter <http://www1.swr.de/podcast/xml/swr1/bw/leute.xml>.

Bunte Themenauswahl, meist sehr gut geführt: Die „Leute“-Gespräche auf SWR 1.

Uslar, Moritz von (2004): 100 Fragen an ... Köln.

Wer die Gespräche damals Woche für Woche gelesen hat, fand sie einfach nur genial. Wer sie jetzt, mit Abstand, liest, merkt: Das war die letzte große Erfindung im deutschen Journalismus.

Über den Autor

Christian Thiele volontierte bei der Augsburger Allgemeinen und studierte anschließend in Berlin und Paris Politikwissenschaften. Währenddessen freie Mitarbeit für dpa, Spiegel, Süddeutsche Zeitung. Es folgten Stationen im Auslandsressort der Financial Times Deutschland, als freier Autor für Brand Eins, Welt und ZEIT in Chicago und Buenos Aires und als Textchef des Playboy in München.

Heute lebt er als Autor und Dozent (Deutsche Journalistenschule, Akademie der Bayerischen Presse, Inhouse-Seminare bei Spiegel, Kicker u. a.) in München.

Veröffentlichungen: Interviews führen (2009), Gebrauchsanweisung für Argentinien (2010).



Interviewen

Christian Thiele