

Gebotene Chancen packen

Der öffentliche Auftritt



Flavien Allenspach
Flavien.Allenspach@maz.ch
03.10.2009

Es spielt keine Rolle, ob Sie Journalisten mögen oder nicht. Was zählt ist die Professionalität, die Sie im Umgang mit Medienschaffenden an den Tag legen. Eine gute Vorbereitung ist dafür unabdingbar.

Stellen Sie sich folgende Situation vor: Eines Nachmittags, Sie sitzen gerade entspannt in Ihrem Büro, läutet das Telefon und am anderen Ende der Leitung meldet sich ein Journalist mit der Bitte um ein Interview. Wie reagieren Sie? Vielleicht schlägt es Ihnen erst einmal die Sprache. Das muss nicht sein - wenn Sie gelernt haben, wie Sie sich in solchen Situationen verhalten sollten. Oder besser gesagt: Wie Sie sich verhalten dürfen, denn Sie sind nicht einfach den Medien ausgeliefert; niemand kann Sie zwingen, Interviews oder Statements abzugeben. Sie haben Rechte, und die sollten Sie kennen. Und falls Sie zum Interview «ja» sagen, sollten Sie auch Ihre Pflichten kennen.

Die Spielregeln

Auch die Medienschaffenden haben Rechte und Pflichten. Je genauer Sie diese kennen, desto besser sind Ihre Chancen auf einen erfolgreichen Auftritt in den Medien. So ist es eine ganz andere Ausgangslage, wenn Sie einem Printmedium Red und Antwort stehen, als wenn sich eine Fernseh Equipe mit Mikrophon, Kamera und Scheinwerfer vor Ihnen aufbaut. Oder wenn Sie einem Radiojournalisten über eine knackende Telefonleitung oder übers Handy Auskunft geben. Jedes Medium hat seine eigenen Mechanismen und Spielregeln - die gilt es zu beherrschen, denn: Jeder Auftritt in den Medien entscheidet darüber, ob Sie im Gespräch bleiben oder ins Gerede kommen.

Journalisten ticken anders

Viele Medientrainer sind ehemalige oder aktive Journalisten. Sie wissen deshalb, wie die «Gegenseite» tickt und arbeitet. Auch, unter welchem Druck und unter welchen Zwängen Journalisten stehen. So arbeiten beispielsweise in den meisten Redaktionen eher Generalisten. Spezialisierte Journalisten finden sich - gerade in Regionalradios und beim Fernsehen - nur selten. Meistens werden Sie es also mit Leuten zu tun haben, die sich ein spezifisches Wissen zu einem Thema erst kurzfristig aneignen müssen, während Sie als Experte oder Expertin auf Ihrem Gebiet dem Interview einigermaßen gelassen entgegen sehen könn(t)en. Vorausgesetzt, Sie wissen Bescheid über die Denk- und Arbeitsweise der Medienschaffenden. Dann wird es Ihnen auch leichter fallen, sie als Partner anzusehen und nicht als Feinde.

Vorbereitung auf ein Interview

In den meisten Medientrainings fordern die Teilnehmer regelmässig, sie sollen «hart angepackt werden», so «wie die das in der Rundschau oder im Kassensturz tun». Meine Antwort darauf ist bereits Standard: «Ich kann das schon, aber zu welchem Zweck? Ich versichere Ihnen, dass ich Sie auch mit einem «sanften» Interview bereits aus dem Konzept bringen kann. Wer unvorbereitet und ohne Erfahrung in ein Interview steigt, riskiert Kopf und Kragen. Eine gute Vorbereitung beinhaltet im Minimum die Antworten auf folgende Fragen: Wer ist der Journalist? Für welches Medium arbeitet er? In welchem Sendegefass oder in welchem Ressort ist er tätig? Wie sieht das Zielpublikum aus? Was ist das Thema und in welchem Kontext steht dieses Interview? Ist es live oder wird es aufgezeichnet? Gibt es ausser mir noch andere Interviewpartner? Wenn alle diese Fragen geklärt sind, dann sind Sie gerüstet für einen kompetenten Auftritt in den Medien. Noch besser ist es, wenn Sie mit einem routinierten Sparringpartner das bevorstehende Interview durchspielen und auf Lücken und Unsicherheiten hin überprüfen.

Wohin mit den Händen?

Das ist die meistgestellte Frage in meinen Medientrainings: «... und was mach' ich mit meinen Händen?» Das wollen Teilnehmende als erstes wissen - noch bevor sie fragen, wohin sie bei einem Fernsehinterview schauen sollen, oder in welcher Sendung sie überhaupt zu welchem Publikum sprechen. Dazu gibt es Bibliotheken an Fachliteratur, ebenso unzählige Ratgeber für Kleidung, Krawattenfarbe und Make-up fürs Fernsehen. Es gibt Medientrainings, die sich auf genau diese Fragen spezialisieren. Aber leider auch darauf beschränken. Natürlich ist das Äussere wichtig. Seriöse Medientrainer beleuchten noch andere Aspekte.

Mehr als gut aussehen

Die Inhalte von Medientrainings sind vielfältig. Es reicht von «Die Medien rufen an - was wollen die von mir? Und was will ich von ihnen?» zur Vorbereitung auf Interviews, Statements und Diskussion bis «Wie Journalisten ticken und sich vorbereiten» oder den medienpezifischen Eigenheiten und Anforderungen von Print, Radio und TV etc.

Welches Medientraining?

Geschlossene Medientrainings: Diese Form eignet sich für die interne Aus- und Weiterbildung in Unternehmen, Verbänden, Behörden, Organisationen, Parteien, Vereinen usw.

Offene Medientrainings: Sind v. a. für einen breiten Kreis an interessierten Führungskräften und Kommunikationsverantwortlichen aus den verschiedensten Bereichen der Wirtschaft, Verwaltung und des öffentlichen Lebens konzipiert. Offene Medientrainings dienen darüber hinaus dem Gedankenaustausch, fördern Feedbackkultur und eignen sich für den Ausbau des eigenen Netzwerks.

Einzeltraining und Last-Minute-Training: Das Training richtet sich an Einzelpersonen und Top-Kader. Für die unmittelbare Vorbereitung auf bedeutsame öffentliche Auftritte in der Öffentlichkeit.

Medientraining für Krisensituationen: Wie kommuniziere ich professionell und angemessen in der Krise?

Und was habe ich davon?

In einem Medientraining werden Sie nicht zum Moderator oder zum Journalisten ausgebildet, geschweige denn zum Kommunikationsspezialisten. Aber Sie werden zum kompetenten Partner für die Medien. Sie erarbeiten sich alles, was es für eine erfolgreiche Medienarbeit braucht. Eine erfolgreiche Medienarbeit erhöht Ihre Glaubwürdigkeit und Ihr Image substantziell. Sie profitieren zudem vom Goodwill in schwierigen Zeiten. Sie schaffen Vertrauen und Akzeptanz. Jede Form von Medienarbeit unterstützt die Identifikation mit Ihrem Unternehmen, bei Kunden und bei Mitarbeitern.

Flavien Allenspach ist Studienleiter CAS Professionelle Medienarbeit und Medientrainer am MAZ - Die Schweizer Journalistenschule in Luzern (www.maz.ch; Flavien.Allenspach@maz.ch).