

26. Januar 2008, 04:00 Uhr

VON KIRSTEN SCHIEKIERA

Keine Angst vor Interviews

Vor laufenden Kameras eine gute Figur zu machen, lässt sich lernen. Ein Medientraining hilft dabei

Wer in der Öffentlichkeit steht, wird beurteilt und manchmal auch verurteilt. Unbedachte Worte und falsche Gesten können sich vor laufenden Kameras zu wahren Karriere-Katastrophen auswachsen. Beispiele gibt es genug: Vor kurzem machte der Oberbürgermeister von Schwerin negative Schlagzeilen, als er im Zusammenhang mit dem Hungertod der fünfjährigen Lea-Sophie äußerte, der Jugendamt-Mitarbeiter, "dem es passiert ist, hat in diesem Fall Pech gehabt." Der Aufschrei der Presse war gewaltig. Von den Vorwürfen, die man dem Redner machte, waren Herzlosigkeit und fehlendes Einfühlungsvermögen noch die Harmlosesten.

Ein weiterer unvergessener Medien-Fauxpas bleibt das Victory-Zeichen, zu dem Deutsche-Bank-Chef Josef Ackermann im Laufe des Mannesmann-Prozesses grinsend die Hand hob. Auch

dem damaligen Angeklagten war schlechte Presse gewiss.

"Niemand kann es sich heute noch erlauben, der breiten Öffentlichkeit gegenüber unprofessionell aufzutreten.

Schließlich rückt man mit einem unsouveränen Auftritt nicht nur sich selbst, sondern auch die Unternehmen und Institutionen, die repräsentiert werden sollen, in ein schlechtes Licht", erläutert Rosemarie Kleimann von der business- & selfnessacademy. "Unter unseren Teilnehmern sind mittlerweile viele junge Führungskräfte, die sich prophylaktisch auf Medienauftritte vorbereiten."

Der Münchner Seminarveranstalter bietet verschiedene Schulungen und Veranstaltungen unter dem Oberbegriff Medientraining an. Dazu gehören Basis- und Intensivkurse, bei denen die Teilnehmer mit der Arbeitsweise von Journalisten vertraut gemacht werden und auch verschiedene Interviewsituationen einüben. Ein weiteres Angebot namens "Zeitgemäße Krisenkommunikation" richtet sich an Unternehmen und Institutionen, bei denen es zu Notfall- und Unfallsituationen kommen kann.

Eins ist allen diesen Veranstaltungen gemein: Sie sollen den Teilnehmern die Angst vor laufenden Kameras und Mikrofonen nehmen und ihnen helfen, gegenüber Journalisten und der Öffentlichkeit selbstbewusst statt verunsichert aufzutreten. "Oft melden sich die Teilnehmer erst zu einem Medientraining an, wenn sie bereits negative Erfahrungen gemacht haben", sagt Christiane Weinreich aus Berlin. Die Medientrainerin hat langjährige Berufserfahrung als Radio- und Fernsehmoderatorin. Einige der Teilnehmer ihrer Seminare und Coachings berichteten über Blackouts vor laufenden Kameras, andere hatten Fernsehstudios mit dem unangenehmen Gefühl verlassen, sich in der vorangegangenen Diskussion nicht behauptet zu haben.

Vermittelt wird den Seminar-Teilnehmern zunächst Basiswissen. Welche Kleidungsstücke bleiben besser im Schrank, wenn ich vor die Fernsehkameras treten muss? Wann bin ich befähigt, ein Interview zu geben? Und in welchen Situationen sollte stattdessen besser ein Vorgesetzter oder ein Mitarbeiter der Pressestelle ans Mikrofon treten?

"Oft werden ganz pragmatische Ratschläge sehr dankbar aufgenommen. So kann man beispielsweise der Redaktion eines Radiosenders anbieten, zum Interview im Studio zu erscheinen. Gerade Menschen, die noch wenig Medienerfahrung haben, fühlen sich in solch einer Situation wohler, als bei einem Telefoninterview", sagt Weinreich. "Den wenigsten ist überhaupt bewusst, dass sie Interviewsituationen aktiv beeinflussen und steuern können."

Jede Branche hat ihre eigene Sprache, die von Fachfremden nicht verstanden wird. Eins der größten Probleme bei Radio- und Fernsehinterviews: Medienlaien versuchen ihre eigene Kompetenz zu unterstreichen, indem sie jede Menge Zahlenmaterial und Fachvokabular in ihre Aussagen einflechten. Die Zuschauer und Zuhörer schalten bei solchen langen trockenen Ausführungen jedoch unweigerlich ab. "Unsere Trainings werden deshalb auch häufig von Menschen aus technischen Berufen besucht, die große Probleme haben, etwas anschaulich zu erklären", sagt Rosemarie Kleimann. "Sie stecken so tief in ihren Themen drin, dass ihnen das Gefühl dafür abhanden gekommen ist, welches Vorwissen sie bei Laien voraussetzen können."

Die zur Verfügung stehende Redezeit wird im Vorfeld in der Regel überschätzt. Eine typische Übung vieler Medientrainings ist es deshalb, die Botschaft, die man senden möchte, auf lediglich 20 oder 30 Sekunden Redezeit zu limitieren. "Die Übungs-Interviews sind zu Beginn des Trainings sehr lang und werden dann immer kürzer", sagt Kleimann. Doch auch wer es schafft, seine Botschaft in einer halben Minute zu transportieren, überzeugt nicht zwangsläufig.

Oft genug hapert es an der Körpersprache oder an der Stimme des Vortragenden - beide Faktoren sind aber mindestens so wichtig wie die reine Nachricht. "Wer über seine Körperhaltung Unsicherheit ausdrückt, kann für andere nur schwer glaubwürdig wirken", erläutert Rosemarie Kleimann. "Dabei ist es ein zentraler Punkt, dass man authentisch wirkt." In einigen Seminaren stehe deshalb den Trainern noch zusätzlich ein Experte für Körpersprache zu Seite.

Grundsätzlich geht es bei den Fortbildungen und Beratungen immer darum, die eigene Außenwirkung zu überprüfen. Deshalb ist bei einem professionellen Medientraining auch stets ein Kamera-Mann anwesend, der die Übungs-Interviews aufzeichnet. Die Seminarteilnehmer können ihre Kamerawirkung dann auf dem Fernsehbildschirm begutachten. Nur selten kommt bei den Teilnehmern Freude auf, wenn sie ansehen müssen, wie sie vor der Kamera agieren. Viele betrachten sich überkritisch und leiden regelrecht unter ihrem eigenen Anblick. Effektiv ist das Verfahren dennoch. "In dieser Situation werden sich viele über Schwachstellen in ihrem Auftreten bewusst", berichtet Rosemarie Kleimann.

Auch wenn Interviewanfragen bei den meisten Karrieren ein außergewöhnliches Ereignis bleiben - die Absolventen von Medientrainings berichten häufig, dass sie die gelernten Präsentationstechniken im Berufsalltag einsetzen konnten. Und das auch in Situationen, wie Diskussionen und Konferenzen, bei denen Kameras und Aufnahmegeräte ausgeschaltet bleiben. Der Kurs Medientraining intensiv findet am 12. und 13. Februar bei der business- & selfness academy in München statt. Telefon: 089/442496-0.

Weitere Informationen: www.busac.de