

## Interviews

**Wer ist die geeignete Person für mein Thema?** Das ist die erste und wichtigste Frage bei der Vorbereitung auf ein Interview. Bei Interviews zur Person liegt die Antwort auf der Hand. Wenn die Person selbst das Thema ist, geht es zunächst einmal darum, einen **Interview-Termin** zu erhalten. Das ist bei Prominenten nicht immer einfach. Da hilft nur Hartnäckigkeit, reger Kontakt mit dem Pressesprecher und der Hinweis auf die Wichtigkeit des Interviews. Bei themenzentrierten Interviews beginnt die Vorbereitung mit der Recherche, welche Personen tatsächlich geeignet sind. Wesentliches Kriterium für die Wahl ist, dass die Interview-Partnerin kompetent und redegewandt ist und zudem eigenständig zu formulieren vermag. Pressesprecher, die an stelle eines Politikers auftreten, und andere Personen, die nicht authentisch zu einem Thema sprechen können, eignen sich nicht für die Darstellungsform des "geformten Interviews", bei dem Frage und Antwort hörbar sind. Ihre Aussagen können bestenfalls als O-Ton in einem Beitrag eingesetzt oder in einen Berichtstext aufgenommen werden.

Bisweilen stehen JournalistInnen vor dem großen Problem, dass Personen, die für das gewählte Thema unumgänglich sind, das Interview verweigern.

**Grundsätzlich ist niemand verpflichtet, ein Interview zu geben.** Was tun? Jedenfalls nicht locker lassen. Vor allem politisch Verantwortliche und gewählte RepräsentantInnen sind bis zu einem gewissen Grad verpflichtet, der Öffentlichkeit Rede und Antwort zu stehen. Verweigern sie die Auskunft, ist es unter Umständen sogar notwendig, die HörerInnen davon in Kenntnis zu setzen.

### Interviewzeit

Da unter Zeitdruck üblicherweise keine guten Interviews zu Stande kommen, ist es notwendig, genügend zeitlichen Spielraum für das Gespräch auszuverhandeln. Stehen InterviewerIn und Interview-PartnerIn unter Stress, so wird der Dialog verkrampft und sprunghaft.

**Die Interview-Zeit richtet sich nach dem Umfang des Fragenkatalogs,** den ich vorbereitet habe. In zehn Minuten kann bestenfalls auf drei, vier Fragen eingegangen werden. Habe ich zehn wichtige Fragen zu stellen, sollte das Interview länger als eine halbe Stunde dauern, auch wenn ich bei der Bearbeitung des Interviews möglicherweise nicht alle Aspekte unterbringen kann.

**Es gilt die Formel:** Je knapper die Zeit, umso stärker müssen die thematischen Aspekte und Fragestellungen eingegrenzt werden. Dazu kommt, dass auch das Vorgespräch vor dem eigentlichen Interview, durch das ein kommunikatives Klima hergestellt werden soll, Zeit braucht. Bei der Terminvereinbarung ist es also wichtig, Interview-PartnerInnen klar darauf hinzuweisen, wie viel Zeit ich benötige, und mich zu vergewissern, dass sie dieses Zeitbudget auch zur Verfügung haben.

### Das Vorgespräch

Die Frage, ob vor dem Interview eine Art Vorgespräch geführt werden soll, muss situationsbezogen entschieden werden. **Das Vorgespräch dient dazu, die bestmöglichen Rahmenbedingungen herzustellen.** Meist wird bei der telefonischen Interview-Anfrage ein kurzes Vorgespräch geführt, der Journalist stellt sich vor, teilt der Interview-Partnerin das Medium, die Form der Publikation und den Interview-Gegenstand mit. Grundsätzlich sollte dem eigentlichen Interview eine kommunikative Aufwärmphase vorausgehen, ein Smalltalk, der hilft, die Interview-PartnerInnen in Stimmung zu bringen und sie zu entkrampfen. In diesem lockeren Vorgespräch kann auch über die

Vorgangsweise, technische Fragen etc. gesprochen werden, das Interview selbst sollte aber möglichst nicht "geprobt" werden. Es gilt die Regel: so viel wie unbedingt nötig, so wenig wie möglich.

Vor allem bei größeren Interviews zu breiteren Themen sollte die kurze Unterredung vor dem Interview dazu genutzt werden, **den Interviewverlauf und die Themengliederung zu klären**. Auch das dient dazu, eine entspannte und kommunikative Atmosphäre zu schaffen.

Für Radio-ReporterInnen gehören Aufnahmegerät und Mikrofon zum Handwerkszeug, mit dem sie geschickt und schnell umgehen müssen, damit die Interviewpartnerinnen durch Herumkramen mit den Geräten nicht verunsichert werden.

## Interviewart

Die Vorbereitung auf ein Interview ist nicht zuletzt auch von der Art, in der es geführt wird, abhängig.

Das **Telefoninterview** ist zu einer der am häufigsten verwendeten Darstellungsformen des Hörfunks geworden. Telefonisch geführte Interviews werden vor allem für kürzere Beiträge in Magazin- und Informationssendungen gemacht. Sie beziehen sich häufig auf aktuelle Themen und Ereignisse. Bei Telefoninterviews ist es besonders wichtig, mit einem Vorgespräch ein gutes Kommunikationsklima zu schaffen, denn ein Telefongespräch wirkt unpersönlicher als ein direkter Dialog. Die Angerufenen könnten das Interviewbegehren ansonsten als "Überfall" empfinden. Außerdem können in der anonymen Situation des Telefoninterviews nicht gut aufdringliche oder sehr persönliche Fragen gestellt werden. Der Journalist sieht seinen Interviewpartner nicht, muss selbst auf die Mittel der **nonverbalen Kommunikation** verzichten und kann nonverbale Signale des Befragten auch nicht in seine Interviewtechnik einbeziehen. Deshalb sollten auch die Fragen kurz sein, längere Ausführungen verwirren den Interviewpartner eher, da ja einzig die akustische Kommunikation funktioniert.

Ein **persönliches Interview von Angesicht zu Angesicht** ist für alle Beteiligten meist angenehmer und entspannter als die telefonische Befragung. Der direkte Dialog ermöglicht es dem Journalisten, sein Gegenüber zu beobachten. Darüber hinaus können - anders als beim Telefoninterview - auch zusätzliche Eindrücke am Ort der Begegnung, etwa in einem Büro oder in der Wohnung, gesammelt werden, die helfen, den Interviewpartner besser einzuschätzen.

## InterviewOrt

Ein Interview kann entweder beim Interviewpartner, in der Redaktion bzw. im Studio oder an einem dritten Ort gemacht werden. HörfunkjournalistInnen haben grundsätzlich darauf zu achten, dass das Gespräch in einem **ruhigen Raum** durchgeführt wird.

Bei Interviews an **neutralen Orten**, etwa bei Konferenzen oder im Hotel, sollte nach abgeschirmten Nebenräumen Ausschau gehalten werden, wo das Gespräch ungestört von Geräuschkulissen über die Bühne gehen kann. Kaffeehäuser mit Geschirrgeklapper und angeregten Unterhaltungen an den Nebentischen eignen sich nicht für ein Radio-Interview.

Am besten ist es - soferne möglich - den Interview-Partner **in seinem Büro**

oder auch **zu Hause** aufzusuchen. In einem vertrauten Umfeld sind die meisten Interview-PartnerInnen offener und entspannter. Bei Interviews befindet sich der Interview-Partner sozusagen "im Feindesland", wie es der Journalist Michael Haller in seinem Handbuch "Das Interview" bezeichnet. Das gilt insbesondere für die Studio-Interviews, die im Hörfunk aus zeitlichen und technischen Gründen häufig gemacht werden. In dieser Situation ist es besonders wichtig, eine Vertrauen erweckende Atmosphäre zu schaffen und für das lockere Vorgespräch genügend Zeit anzuberaumen.

## Interviewstrategien

Um ein Interview inhaltlich präzise vorbereiten zu können, muss die Themenstellung eingegrenzt werden. Ich muss als InterviewerIn mein **Interviewziel festlegen**. Ich muss wissen, welche Aussage das Interview haben soll und was es den HörerInnen bringen soll. Aufbauend auf den Informationen zur Sache oder zur Person, die im Zuge der Recherche zusammen getragen wurden, kann eine Interview-Strategie entworfen werden. Dazu ist es notwendig, das Interview vor seiner Durchführung zu "verfassen", also eine **ideales Interview zu skizzieren**. Das heißt, es müssen auch die möglichen Antworten im Kopf durchgespielt werden, an die die weiteren Fragen anknüpfen. Wobei es beim tatsächlichen Interview dann darauf ankommt, mit den eigenen Plänen so flexibel wie möglich umzugehen. Denn manchmal ist es notwendig auf nicht erwartete Antworten einzugehen, nachzuhaken und andere als die geplanten Fragen zu stellen. Eine fix und fertig ausformulierte Fragenliste kann sich als Korsett erweisen, das den Gesprächsverlauf einschnürt.

Das genaue **Vorformulieren der Fragen** ist aber dennoch sinnvoll, vor allem dann, wenn der Sachverhalt kompliziert ist und wenn die Fragen ins Detail gehen. Häufig werden die aufgelisteten Fragen beim Interview dann gar nicht mehr angeschaut, die schriftliche Vorbereitung hilft jedoch, die eigenen Fragen auswendig zu kennen.

**Prinzipiell lässt sich festhalten:** Je besser und genauer ein Interview vorbereitet wurde, umso flexibler kann der Interviewer agieren. Wer mit seinen eigenen Fragen vertraut ist, fühlt sich im Gespräch sicher und kommt unter Umständen mit einem Stichwortzettel aus. Je kürzer die Interview-Zeit ist, umso präziser will das Interview geführt sein. Einzelfragen und ihre Abfolge sollten dann unbedingt ausformuliert festgehalten werden.

Zielführend ist es, sich anhand eines zweistufigen Verfahrens auf das Interview vorzubereiten. In einem ersten Schritt wird anhand einer **Themengliederung** und des **Frageplans** der Interviewverlauf erarbeitet. In der Fachliteratur wird für das Konzept zum inneren Aufbau eines Interviews gerne das Bild eines Trichters verwendet. Oben weit offen, nach unten immer enger werdend, soll die erste Frage eher allgemein sein und der Antwort einen großen Spielraum einräumen. Die weiteren Fragen gehen immer mehr ins Detail, um den Sachverhalt zu vertiefen oder zu präzisieren. Auch der umgekehrte Trichter, von einem (vielleicht besondere Aufmerksamkeit erregenden) Detail hin zum Generellen, kann funktionieren. Mit diesen Methoden können eine innere Ordnung und Logik in das Interview gebracht werden.

## Bei der Planung sind folgende Überlegungen anzustellen:

- Welche Aspekte müssen unbedingt behandelt werden - und welche grenze ich aus?
- Womit beginne ich?

- Wie lässt sich aus dem Einstieg der Gesprächsfaden entwickeln?
- Wie kann ich die Themen in eine argumentationslogische Reihenfolge bringen?"

(vgl. [HALLER](#), 209)

In einem zweiten Schritt werden dann einzelne Fragen vorformuliert, vor allem die Einstiegsfrage und jene Fragen, in denen heikle oder komplizierte Punkte angesprochen werden sollen. Hilfreich ist es auch, so genannte "**Schlüsselfragen**" vorzubereiten. Das sind einzelne, besonders wichtige Fragen, auf denen das Interview aufgebaut ist wie eine Brücke auf ihren Pfeilern. Sie sollten ausformuliert werden, weil es bei den Fragen oft auf den Satzbau, einzelne Satzteile oder sogar die einzelnen Worte ankommt.

## Rollenspiel

Interviews können kontrovers oder beschreibend angelegt sein. Je nachdem, welche Stoßrichtung das Interview verfolgt, nehmen auch die GesprächspartnerInnen, also Interviewerin und Interviewter, unterschiedliche Rollen ein. **Je ungeklärter das Rollenspiel abläuft, umso unberechenbarer wird der Interviewverlauf**, weiß der Journalist Michael Haller in seinem Handbuch "Das Interview" zu berichten. Da wechselt der Interviewpartner plötzlich seine Rolle (etwa: von der Hauptperson zum bemitleidenswerten Opfer) und verunsichert den Frager, was diesen wiederum zu einem Wechsel in die Rolle des Verärgerten veranlasst, was zusätzlich verunsichernd wirkt und dem Gespräch vielleicht eine unvermutete Wende gibt. Der Journalist sollte deshalb am Ende seiner Interviewvorbereitung festlegen, welche Rolle er seinem Interviewpartner zuweisen möchte. Außerdem ist es notwendig, sich auch der eigenen Rolle als InterviewerIn bewusst zu sein.

In der Praxis gibt es dabei **drei Grundmuster an Rollen**, die die Interviewerin einnehmen kann und die sie beherrschen sollte:

- Nimmt sie eine bestätigende Haltung ein, geht es ihr vor allem darum, dem Publikum das Wissen des Gesprächspartners zur Verfügung zu stellen. Sie spielt die Rolle einer Animateurin, die den Interviewpartner dazu bringt, bestimmte Äußerungen zu machen. Dem Interviewten wird sozusagen ein Forum geboten, auf dem er sich darstellen kann.
- Als zweite Variante des Rollenspiels beim Interview kann der Interviewer als Vertreter des Publikums auftreten. Die Journalistin stellt die Fragen aus der Sicht des Publikums, sie orientiert sich an dessen vermuteten Interessen und Wissensbedarf. Die Antworten des Interviewpartners sind an das Publikum adressiert. Diese Form des Interviews dient der Wissensvermehrung und dem besseren Verständnis von Sachverhalten.
- Die Interviewerin kann aber auch auf Konfrontationskurs gehen: Dann fragt sie nicht naiv, sondern hält dem Interviewpartner kritisch diverse Argumente entgegen, die sie vorher natürlich gründlich recherchiert hat. Das Interview hat in diesem Fall die Funktion einer Bühne, bei der sich zwei DiskutantInnen gegenüberstehen. Das Publikum ist in der Rolle des Zuschauers. (vgl. [HALLER](#), 209)

Welche Rolle auch immer ein Interviewer einnimmt - Interviews sollten immer nach allen **Geboten der Fairness** geführt werden. Dazu gehört, dass die zu befragende Person rechtzeitig und hinreichend über die Tatsache des Interviews in Kenntnis gesetzt wird. Auch in harten Interviews sollte der Interviewer **Takt bewahren** und ein "sachlicher" Anwalt der Interessen des Publikums bleiben. Wo die Grenze zwischen Takt und Zudringlichkeit gezogen werden muss, hängt aber auch von der Position des Interview-Partners ab. "Bei einem Politiker, der grundsätzlich verpflichtet ist, die BürgerInnen zu informieren, wird drängendes Fragen viel länger innerhalb der Taktgrenze liegen als bei Privatpersonen.

Überhaupt hat der Interviewer gegenüber Leuten, die es nicht gewohnt sind, interviewt zu werden, eine erhöhte Verantwortung." ([HALLER](#), 227)

Ein Interviewer, der grundlos einen rhetorisch schwachen, verunsicherten Gesprächspartner mit heimtückischen Fragen attackiert, steht vor dem Publikum nicht gut da. Er wird als unfair und damit auch als unglaubwürdig betrachtet.

Auch wenn in einem Interview die Befragte immer im Mittelpunkt stehen sollte - es bleibt der Journalist, der beim Interview die Fäden zieht. **Der Interviewer lenkt und steuert das Gespräch.** Er ist entsprechend vorbereitet und er verfügt über eine entsprechende Fragetechnik. Denn nicht nur was gefragt wird, sondern auch wie gefragt wird, entscheidet darüber, wie die Antworten ausfallen. Der Interviewer sollte die verschiedenen Fragearten in den Grundzügen kennen, um sie auch richtig und gezielt einsetzen zu können. Die Kategorisierung der Fragearten wird in der Fachliteratur nach unterschiedlichen Kriterien vorgenommen. Nachfolgend sind einige Beispiele zu den wichtigsten Fragearten aufgelistet.

### **Fragearten** **Offene und geschlossene Fragen**

Im Handbuch "Radio-Journalismus" wird das Thema "offene" und "geschlossene" Fragen an folgendem Beispiel erläutert:

Frage: Was wissen Sie über Fragearten?

Antwort: ... z. B., dass dies eine **offene Frage** war, die dem Interviewpartner **keinerlei** Antwort vorgibt.

Frage: Stimmt es, dass man offene Fragen gerne als **Eingangsfragen** stellt, um dem Interviewpartner zu einer **unbeeinflussten Antwort** Gelegenheit zu geben?

Antwort: Das ist richtig, vorausgesetzt, man hat genügend Zeit zur Verfügung. Das ist aber oft nicht der Fall. **Geschlossene Fragen** sparen Zeit. Man verwendet sie also, wenn man das Interview **stärker führen** will. Man steuert damit bestimmte Aspekte eines Themas an und versucht zu verhindern, dass der Befragte auf andere zu sprechen kommt, die man für weniger wichtig hält. (VON [LAROCHÉ / BUCHHOLZ](#), 127)

**Offene Fragen**, die dem/der Interviewten viele Antwortmöglichkeiten offen lassen, beginnen meist mit den Fragepronomen: "Wie", "Warum", "Weshalb", "Wodurch", "Woher/Wohin" u.Ä.

Beispiel: Warum sind Sie Radiojournalistin geworden?

Offene Fragen haben den Effekt, den Redefluss in Gang zu setzen. Der/die Befragte soll erklärend, erzählend oder begründend antworten.

**Geschlossene Fragen**, die die Antwortmöglichkeiten von vornherein stark einengen, sind entweder Ja-Nein-Fragen oder Wissensfragen.

### **Ja-Nein-Fragen:**

Durch die implizite Antwortvorgabe kann der Befragte nur mit "Ja", "Nein" oder "Ich weiß nicht" antworten.

"Haben Sie bereits journalistische Erfahrungen?"

"Glauben Sie, dass diese Broschüre hilfreich ist?"

Diese Frageart hat den Effekt, dass sie den Befragten eine Entscheidung aufzwingt und zu klaren Feststellungen führt. Sie bremst aber den Redefluss.

### **Wissenfragen:**

Durch die Eingrenzung der Frage auf einen einzelnen Sachverhalt soll die Befragte Wissen in Form eines Fakts mitteilen.

"Wie viele Semester haben Sie Publizistik studiert?"

"Welchem Zweck genau dient Ihre Reise?"

Diese Frageart hat den Effekt, durch eine knappe Beantwortung einen zuvor ungenauen oder offenen Sachverhalt zu präzisieren. Sie kann auch der Überprüfung des Wissensstands einer Person dienen.

In der Praxis ist meist eine gute **Mischung aus offenen und geschlossenen Fragetypen** sinnvoll. Denn Interviews, bei denen ausschließlich offen gefragt wird, bleiben vage. Interviews mit zu vielen geschlossenen Fragen wirken wiederum eindimensional. Zu viele Ja-Nein-Fragen können den Dialogfluss ins Stocken bringen. Außerdem können sie sich psychologisch negativ auswirken. Die Befragte fühlt sich möglicherweise verhört und verschließt sich.

**Fragen mit einer Antwort-Vorgabe** sind Alternativ- oder Entscheidungsfragen. Es handelt sich um eine **halbgeschlossene** Frageform, die meist mit dem Wort "Oder" konstruiert wird und dadurch das Antwortfeld eingrenzt.

Welche Medien bevorzugen sie als Konsumentin: Zeitungen, Radio oder Fernsehen?

Als Effekt dieser Frageart soll die Befragte zwar eine inhaltliche Aussage machen, gleichzeitig wird sie aber daran gehindert, allzu ausbreitend zu erzählen.

Zu den offenen Fragearten zählen auch die **Aufforderungs- und Motivationsfragen**:

**Aufforderungsfragen** zielen darauf ab, eine ausführliche und zugleich persönlich gefärbte Antwort zu erhalten. Diese Fragen bestehen meist aus zwei Teilen: der Bezeichnung des Gegenstands und der Aufforderung zum Reden.

"Sie haben sich für einen Radio-Journalismus-Kurs angemeldet.

Erzählen Sie uns von Ihren Erwartungen!"

"Wir möchten über journalistische Erfahrungen sprechen. Was können Sie uns dazu sagen?"

Diese Frageform wirkt auffordernd und bietet dem Befragten ein großes Antwortfeld. Das Antwortverhalten lässt sich nicht steuern.

**Motivationsfragen** sind in ihrer Formulierung zuwendend. Sie verfolgen die Absicht, die Interview-Partnerin zu ermuntern, zu bestätigen oder aufzubauen.

"Jetzt, nachdem Sie Ihre ersten Radioerfahrungen gesammelt haben - wie geht es nun weiter?"

"Ihre erste Radio-Sendung ist Ihnen recht gut gelungen. Wie haben Sie das zu Wege gebracht?"

Alle Frageformen, die bisher behandelt wurden, sind Beispiele für **direkte Fragen**. Bei direkten Fragen ist das Frageziel klar und unmissverständlich, sie stellen eine direkte



Beziehung zwischen der befragten Person und dem Fragegegenstand her.

Im Gegensatz dazu verdecken die **indirekten Fragen** das Frageziel.

dafür wären etwa die Fragen:

"Man sagt, dass Medien manipulieren. Finden Sie das auch?"

Diese Frage enthält eine so genannte "indirekte Provokation". Sie zitiert eine Bewertung oder ein Urteil (von Dritten) und provoziert die Befragte damit zu einem Werturteil über den angesprochenen Sachverhalt. Indirekte Provokationsfragen erzeugen Erklärungsdruck. Die Provokation kann auch stärker ausfallen und Rechtfertigungsdruck erzeugen, etwa wenn eine Frage lautet: "Viele umweltbewusste Menschen sind davon überzeugt, dass die Bahn das einzige ökologisch verantwortbare Transportmittel ist. Was sagen Sie als passionierte Autofahrerin dazu?" (HALLER, 241)

In indirekten Provokationsfragen kann der Interviewer seine eigene Meinung verdeckt einbringen und sich distanziert geben.

Provozierenden Charakter haben auch die so genannten **unterstellenden Frageformen** und die berüchtigten **Suggestivfragen**.

Ein Beispiel für eine **unterstellende Frageform** wäre etwa die Frage:

"Sie sind viel mit dem Auto unterwegs. Was haben Sie eigentlich gegen das Bahnfahren?" In unterstellenden Fragen wird ein (vermeintliches) Verhalten oder eine Meinung der Befragten als Faktum dargestellt und mit einer Frage nach den Handlungsmotiven verknüpft. Die Unterstellung provoziert eine Antwort, die Befragte empfindet die Frage als Angriff und wehrt sich mit einer Richtigstellung.

**Suggestivfragen** sind so formuliert, dass die vom Interviewer erwartete oder erwünschte Antwort in der Frage angelegt ist. Diese Fragen dirigieren durch ihre Formulierung das Antwortverhalten, indem eine bestimmte Antwortmöglichkeit bevorzugt wird.

"Immer mehr Menschen fahren mit der Bahn? Was machen Sie?"

Suggestivfragen sind im journalistischen Interview weit verbreitet, allerdings sind sie umstritten. Denn wenn der suggestive Effekt grobe Unterstellungen erzeugt, kann die Befragte das Gefühl bekommen, sie werde manipuliert und irgendwohin gedrängt, wohin sie gar nicht will.

Die bis hierher erwähnten Frageformen zielen alle darauf ab, das Antwortverhalten von InterviewpartnerInnen zu beeinflussen. Es gibt andere Frageformen, die stärker auf den Fragegegenstand gerichtet sind. Dazu zählen etwa die **faktizierenden Fragen**.

Wie war der Verkehr auf der Autobahn, als Sie heute Morgen nach XY fuhren?

Ebenso enthalten auch **reine Einschätzungs- und Meinungsfragen** keine unterstellende, indirekte oder suggestive Wirkung.

"Was halten Sie vom Privatrado-Gesetz?"

Es gibt darüber hinaus weitere **Frageformen, die dem Zweck der Dialogsteuerung** dienen. Sie können von InterviewerInnen gezielt eingesetzt werden, um den Gesprächsfaden eines Interviews zu spinnen. Eine dieser Fragearten ist die **Eröffnungsfrage** am Anfang eines Interviews. In dieser ersten Frage wird das Thema genannt, die Interview-Partnerin wird vorgestellt und begrüßt. Außerdem soll mit der Eröffnungsfrage das Publikum neugierig gemacht und die Interview-Partnerin zu einer interessanten oder markanten Aussage verleitet werden.

Fragen, in die längere Erläuterungen und Informationen verpackt werden, sind so genannte Plattform-Fragen. Diese werden im Jargon auch als **"Fragen mit Balkon"** bezeichnet. Bei heiklen Fragen muss aber die Vorinformation besonders hieb- und stichfest sein. Bei einer Nachfrage der Interviewpartnerin sollte der Reporter die Quelle parat haben.