Souverän im Interview und vor Publikum

In (TV-)Interviews, bei Präsentationen oder Vorträgen müssen Sie vom ersten Augenblick an überzeugen. Wer weiß, wie solche medialen Auftritte funktionieren, wirkt sicher und hat mehr Erfolg. Wie Sie souverän vor Presse oder Publikum auftreten.

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance! Diese Herausforderung gilt es gerade bei öffentlichen Auftritten oder bei Kundenveranstaltungen bestmöglich zu meistern. Der Auftritt muss also auf Anhieb sitzen, denn das Publikum hört und schaut zu, wartet nur auf verräterische Anzeichen, die gegebenenfalls eine unwahre Behauptung oder ein Ablenkungsmanöver dokumentieren. Das ist gefährlich, gerade bei Krisen- oder Kritikgesprächen! In diesen Mediensituationen zeigt sich genau, wer wirklich souverän ist oder wer nur vorgibt, es zu sein.

Glaubwürdigkeit ist ein hoher Imagefaktor, ob vor Journalisten, Kunden, Mitarbeitern oder Kollegen. Das persönliche Auftreten – klar, kompetent, mit unzweifelhafter Werteposition – führt zu Respekt, Anerkennung und Vertrauen. Außerdem ist das Image von heute der Umsatz von morgen. Daher ist es wichtig, die korrekten Anforderungen der Medien genau zu kennen, das Präsentieren von Statements zu üben, die sachlich aber auch emotional sind, Verantwortung zu zeigen

und an einer verständlichen Sprache zu arbeiten.

Körpersprache und Inhalte stehen hier im Fokus, klare Aussagen sind von enormer Bedeutung. Selbst bei Zeitungs- und Radiointerviews ist es wichtig, neben einer publikumsorientierten Sprache die eigene Körperhaltung, Mimik und Gestik unter Kontrolle zu haben. Ein Reporter registriert die unbewusst gesendeten Signale genauso wie ein Radiohörer oder TV-Moderator. Das Gegenüber ist also für nonverbale Botschaften immer extrem empfänglich – diese wichtige Erkenntnis sollten Sie sich generell in Gesprächen zunutze machen.

Im ersten Moment scheint es sehr schwer, dies alles unter einen Hut zu bekommen. Aus meiner langjährigen Erfahrung als Medientrainerin und Journalistin weiß ich: Das ist es nicht! Die folgenden zehn Tipps zeigen Ihnen, wie Sie souverän mit den Medien umgehen und Ihre Auftritte zu einem Erfolg werden lassen:

Regel 1

Suchen bzw. schaffen Sie sich eine Umgebung, in der Sie sich wohlfühlen.

Befinden Sie sich z.B. für einen Präsentationsauftritt in einer unbekannten Umgebung, machen Sie sich zunächst mit dem Ort vertraut. Wo sind Ein- und Ausgang? Woher kommt das Licht? Wie ist die Bühne positioniert? Wie wirkt diese von der letzten Stuhlreihe aus? Wie klingt Ihre Stimme beim Soundcheck? Nehmen Sie sich unbedingt für all dies genügend Zeit. Erst wenn wir einen Raum in seiner vollen Dimension erfassen konnten, fühlen wir uns wohl.

Das Gleiche gilt für Ihr Interview. Sind Sie zu einer TV-Sendung eingeladen, planen Sie möglichst auch hier etwas Extra-Zeit ein, um sich mit den Studiobedingungen vertraut zu machen, bevor die Kameras angehen. Auch ein persönliches Vorab-Gespräch mit dem Moderator oder den beteiligten Talkgästen baut Unsicherheiten ab und Vertrauen auf.

Ist ein Interview in Ihrem Unternehmen geplant, wählen Sie dafür einen ruhigen Ort aus, an dem Sie sich wohlfühlen. Idealerweise ist im Hintergrund Ihr Firmenschild oder eine Logo-Wand zu sehen. Bitten Sie den Redakteur, den Beitrag mit Ihrem Namen und Ihrer Position zu untertiteln.

Regel 2

Das richtige Outfit für den richtigen Anlass.

Bedenken Sie, dass Sie Ihr Unternehmen repräsentieren und wählen Sie ein entsprechendes Outfit. Der erste Eindruck auf Ihren Gesprächspartner kann für den Verlauf des Interviews ausschlaggebend sein. Angemessen heißt nicht unbedingt „mausgraues Einheitsdress“. Mit Ihrer Kleidung dürfen Sie durchaus Ihren eigenen Stil vertreten. Aber auch hier gilt: Beachten Sie Ihre Branche und Position.

Bei einem Fernsehauftritt oder einem begleitenden Fototermin sollten Sie zusätzlich Farben und Muster berücksichtigen. Herren kleiden sich am besten in Anzügen, dunkelgrau, dunkelblau oder pastellfarben. Krawatten sollten dezent, vor allem kein extra Blickfang sein. Bei Frauen gilt farblich das Gleiche. Sie überzeugen in klassischen Kostümen oder Hosenanzügen. Für Schmuck gilt grundsätzlich die Regel: Weniger ist mehr.

Regel 3

Bereiten Sie sich zielgruppengerecht vor.

Fachlich sind Sie absolut kompetent und wissen genau, wovon Sie reden. Doch machen Sie sich im Vorfeld die Mühe, genau zu überlegen, was an Ihrem Thema für Ihren Gesprächspartner interessant ist. Was Sie besonders spannend finden, muss noch lange nicht für andere gelten. Was also könnte die Öffentlichkeit interessieren und womit können auch Laien etwas anfangen? Stellen Sie sich auch die Frage, worüber Sie nicht sprechen und was Sie in jedem Fall vermeiden möchten. Ob Zuschauer, Zuhörer oder Leser – je mehr Sie sich mit der jeweiligen Zielgruppe auseinandersetzen, umso besser. Strukturieren Sie hiernach Ihre Argumente und sorgen Sie für bildhafte Vergleiche. Eine gute Vorbereitung macht sich immer bezahlt. Je einfacher und anschaulicher Sie Ihre Position vertreten, desto interessierter wird Ihnen das Publikum folgen.

Ihre Trainerin
Kathrin Lehmann ist seit 2004 als Medientrainerin selbständig. Davor war sie als ausgebildete Radio- und TV-Moderatorin und Journalistin erfolgreich in der Medienbranche tätig. Mehr Infos unter www.medientraining-hamburg.de

Regel 4

Kommen Sie auf den Punkt! Nichts ist langweiliger als viele Worte ohne Inhalt.

Gewinnen Sie Ihr Gegenüber möglichst schnell für Ihr Anliegen. Kommen Sie entsprechend zügig zum Kern des Themas und reduzieren Sie Ihre Ausführungen auf drei aussagekräftige Argumente. Lebendig und interessant wirken eindrucksvolle Vergleiche und eine bildhafte Sprache. Achten Sie aber darauf, nicht an Ihrem Gegenüber vorbeizureden. Versuchen Sie nicht, um jeden Preis Ihre Botschaften zu positionieren – wenn sie thematisch nicht passen, werden Sie auch nicht richtig wahrgenommen oder sogar falsch verstanden. Besondere Umstände bringt die Aufzeichnung

Tipps: Professionelles Medientraining

Woran erkennen Sie ein gutes Medientraining und worauf sollten Sie bei der Auswahl achten?

- Gerade in wirtschaftlich angespannten Zeiten ist ein geübter, selbstsicherer Umgang mit den Medien und vor Publikum wichtig und macht oft den entscheidenden Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg eines öffentlichen Auftritts aus. Medientrainings sollen Unternehmer und Führungskräfte auf diese ungewohnten und auch oftmals ungeliebten Auftritte vorbereiten – die Unterschiede in der Medientrainerbranche sind hier jedoch groß:
- Es gibt kein offizielles Qualitätssiegel für Medientrainer. Viele Anbieter bereiten sich nicht wirklich gezielt auf ihre Kunden vor, zeigen sich wenig interessiert an deren spezifischen Bedürfnissen und verhandeln bereits bei der ersten telefonischen Anfrage über ihren Preis. Hier ist also durchaus Vorsicht angebracht.
- Ein gutes Medientraining beinhaltet in jedem Fall eine intensive Vorbereitung des Trainers auf den jeweiligen Kunden, seine Stärken und Schwächen und die anvisierten Medien. Um die Trainingssituation so realistisch wie möglich zu gestalten und um die Resultate vor Augen führen zu können, sollte immer ein Kameramann mit dabei sein.
- Ebenso wichtig wie das Training selbst ist die Auswertung und Nachbereitung mit einer ausführlichen Feedbackrunde und weiterführenden Empfehlungen, sodass sich die Teilnehmer anschließend so souverän wie möglich präsentieren können.

eines Interviews vor der Kamera mit sich. Hier sollten Sie beachten, dass Ihnen in der Regel nur wenig Zeit bleibt. Die meisten Beiträge dauern heutzutage nur noch wenige Minuten. Je effektiver und überzeugender Sie Ihre Sendezeit nutzen, desto mehr werden Sie und damit auch Ihr Unternehmen davon profitieren können.

Regel 5

Drücken Sie sich verständlich aus, damit die Zuhörer am Ball bleiben.

Sprechen Sie deutlich, natürlich, zielgruppenorientiert und damit immer verständlich. Halten Sie keine monotonen Reden, sondern akzentuieren Sie Ihre Aussagen durch kleinere Pausen. Heben und senken Sie Ihre Stimme und betonen Sie so, was Ihnen besonders wichtig ist. Verschlucken Sie keine Silben und reden Sie nicht zu schnell.

Vermeiden Sie zudem Fachausdrücke, zu viele Fremdwörter und komplizierte Satzstrukturen, die es dem Zuschauer schwer machen, Ihren Ausführungen zu folgen. Wenn Ihre Zuhörer Wörter schlichtweg nicht verstehen oder den Anfang eines Satzes am Ende nicht mehr erinnern können, schaffen Sie es nicht, Ihre Inhalte wie gewünscht zu übermitteln. Sobald sich das Publikum zu sehr konzentrieren muss, um Ihren Erläuterungen zu folgen, verärgern Sie es. Desinteresse an Ihnen und Ihrem Unternehmen wäre das Resultat.

Regel 6

Achten Sie auf Ihre Körpersprache.

Machen Sie sich die Tatsache zunutze, dass Ihr Gegenüber für nonverbale Signale extrem empfänglich ist, weil diese unbewusst wahrgenommen werden. Bei der Bewertung einer Person schlägt die Körpersprache mit 65 Prozent zu Buche, die Stimme beeinflusst zu 25 Prozent, das gesprochene Wort jedoch nur zu zehn Prozent. Fachkompetenz allein genügt also längst nicht. In erster Linie entscheidet ein Zuschauer nach Charisma, Persönlichkeit und Sympathie. Sorgen Sie dafür, dass er sich für Sie entscheidet! (Einen eigenenWorkshop über die geheimen Singale der Körpersprache können Sie nachlesen in StartingUp, Heft 03/09, Seite 68 bis 73 – Abonnenten können im Online-Heftarchiv darauf zugreifen.)

Regel 7

Je offener und aufmerksamer Sie sich geben, desto sympathischer wirken Sie.

Ob TV-, Radio- oder Zeitungsinterview – Ihre Körpersprache dokumentiert den wichtigen ersten Eindruck. Wo auch immer Sie sich zeigen, nehmen Sie eine offene, interessierte und ruhige Körperhaltung ein, denn diese drückt auch Ihre innere Einstellung aus. Verschränken Sie auf keinen Fall die Arme, sondern halten Sie sie locker vor dem Körper, ohne dabei nervös mit den Händen zu spielen.

Auch hängende Schultern, unnötiges Zucken, Kopfwackeln und Räuspern haben vor einer TV-Kamera nichts zu suchen. Positiv wirkt ein aufrechter und sicherer Stand. Unterstützen Sie Ihre Argumente mit natürlicher, aber dosiert eingesetzter Gestik und Mimik – beides sorgt für die notwendige Lebendigkeit. Halten Sie während eines Interviews stets Blickkontakt mit dem Moderator oder Redakteur. Entspannen Sie Ihre Gesichtszüge und schauen Sie freundlich. Je offener und aufmerksamer Sie sich geben, desto sympathischer wirken Sie.

Regel 8

Steuern Sie das Gespräch aktiv mit.

Beobachten Sie bei längeren Interviews gezielt die Reaktionen Ihres Gesprächspartners oder des Publi-

kums und gehen Sie bewusst darauf ein. Durch aktives Zuhören und interessiertes Nachfragen können Sie leicht eine vertrauensvolle Gesprächsatmosphäre herstellen. Zusätzlich hilft es Ihnen, effektiver zu kommunizieren. Sie können Ihr Gegenüber besser verstehen, gelangen leichter an Informationen und vermeiden Missverständnisse. Lassen Sie sich auf keinen Fall provozieren oder zu unüberlegten Aussagen hinreißen. Versuchen Sie, gelassen zu bleiben und die Zuhörer für sich zu gewinnen. Dazu bedarf es manchmal lediglich eines ehrlich gemeinten Lächelns oder eines direkten Blickkontakts. Auf Ihren Gesprächspartner wird das eine positiv ansteckende Spiegel-Wirkung haben. Eine ruhige Ausstrahlung lässt Sie souverän wirken und wird auch Ihr Gegenüber entspannen. Denken Sie immer daran: Ihre ganz persönliche Art ist es, mit der Sie Gespräche in die gewünschte Richtung lenken können.

Regel 9

Spielen Sie kein Theater – bleiben Sie authentisch.

Bleiben Sie in Ihren Ausführungen realistisch, natürlich und persönlich. Finden Sie heraus, wo Ihre Stärken liegen und setzen Sie diese bewusst im Gespräch ein. Zeigen Sie einerseits Ernsthaftigkeit und Verantwortung, andererseits Emotionen und Humor. Einen glaubwürdigen und gewinnenden Eindruck hinterlassen Sie, wenn Sie Ihr Publikum mit den verschiedensten Facetten Ihrer Persönlichkeit begeistern. Damit zeigen Sie, dass auch Sie ein Mensch mit Ecken und Kanten sind.

Aber Vorsicht: Übertreiben Sie es nicht! Je greifbarer Sie sind, desto sympathischer und überzeugender wirken Sie auf andere. Antrainierte Gesprächsmuster, Standard-Formulierungen und Oberflächlichkeiten sind absolut zu vermeiden, denn diese zeigen nur, dass Sie kein ernsthaftes Interesse an Ihrem Gegenüber haben oder unsicher sind.

Regel 10

Gehen Sie stets professionell mit der PR-Arbeit um.

Informieren Sie sich vor Ihrem Gespräch genau darüber, mit wem Sie es zu tun haben werden. Stellen Sie sich auf Ihren jeweiligen Gesprächspartner ein. Betrachten Sie ihn nicht als Ihren Feind, sondern bauen Sie ein möglichst partnerschaftliches Verhältnis zu diesem auf. Holen Sie sich zusätzlich vor Interviews unbedingt Informationen über das jeweilige Medium, Sendeformat und dessen Publikum ein, um so zielgruppenorientiert wie nur möglich zu kommunizieren.

Erfolgsfaktoren für Ihren gelungenen **Medien-Auftritt**

Ihr TV-Auftritt

TV-Sender verhalten sich durch den Konkurrenzdruck knallhart: Gäste mit Charisma sollen gute Quoten garantieren. Präsentiert sich ein Interviewpartner langweilig, wird er meist kürzer abgehandelt, selbst wenn sein Anliegen noch so interessant ist. Umgekehrt bekommt ein inhaltlich weniger spannendes Thema bei einem souveränen Talkgast mit Ausstrahlung oft mehr Sendezeit. Je sicherer Sie sich im Umgang mit TV-Sendern fühlen, desto natürlicher und damit professioneller werden Sie vor Kameras und Mikrofone treten.

Ihr Radio-Talk

Denken Sie auch, ein Radio-Interview wäre einfacher zu absolvieren als ein TV-Auftritt? Das ist ein Irrtum, denn im Rundfunk sind die Regeln mindestens so anspruchsvoll wie im Fernsehen. Ganze 15 Sekunden hat man Zeit, um beim Hörer Interesse zu wecken, sonst wird abgeschaltet. In nur 30 Sekunden muss die Kernbotschaft überzeugend platziert sein. Ein gutes Zeitgefühl ist also ganz wichtig. Ihre Stimmlage und Ihre Sprache sind es, was beim Radio ausschließlich zählt. Je glaubwürdiger und lebendiger Sie sich präsentieren, desto mehr wird hingehört.

Ihr Zeitungs-Interview

Ein unbedacht gewählter Nebensatz oder eine abwertende Geste könnten im Interview von heute Stoff für eine Negativ-Schlagzeile von morgen liefern. Das muss nicht sein. Auch das Medium Print hat seine eigenen Spielregeln. Das Signalisieren einer offenen und partnerschaftlichen Gesprächsbereitschaft gehört unbedingt dazu. Achten Sie auch auf Ihre Körpersprache. Denn auch bei einem Zeitungsinterview zählt Ihr Gesamteindruck. Der Redakteur wird seinen Lesern „zwischen den Zeilen“ mitteilen, welchen Eindruck Sie auf ihn gemacht haben.