

# Medienknigge



# Inhalt

Intro	3
7 goldene Regeln	5
Gesprächsführung	11
Ihre Sprache	15
Schlagfertigkeit	23
Ihr Äusseres	27

# Intro

## Wie benimmt man sich in den Medien?

Wenn das Telefon klingelt und ein Journalist ist dran, nehmen Sie es nicht gleich als Bedrohung. Der Journalist will Sie nämlich nicht in die Pfanne hauen, sondern selbst ein gutes Produkt abliefern.

Leider fürchten viele die Presse und denken schnell an reißerische Schlagzeilen, Verleumdung und Paparazzifotos. Dabei ist diese Angst fast immer unbegründet, wenn man nicht gerade Verona Feldbusch heißt oder Oliver Kahns neue Freundin ist.

Natürlich besteht auch für Normalsterbliche ein kleines Restrisiko (Stichwort Florida-Rolf). Die Chancen, die in einem guten Medienauftritt liegen, sind jedoch um ein Hundertfaches größer.

Beruflicher Erfolg heißt heute auch Erfolg in den Medien.

Ob Sie Manager, Politiker oder Wissenschaftlerin, Rechtsanwältin, Heilpraktiker oder Karriereberaterin sind - Sie sollten wissen, wie man professionell mit den Medien umgeht.

Schließlich bieten Ihnen Zeitung, Radio und Fernsehen die Möglichkeit, sich vor großem Publikum zu präsentieren. Wer in der Öffentlichkeit für etwas steht, tut sich leichter, Kunden zu gewinnen. Oder Wähler. Oder Rückhalt in der eigenen Partei oder Organisation.

Auch ein Wohlfahrtsverband kann mehr Spenden sammeln, wenn ein Entwicklungshilfeprojekt in einer Talkshow glaubwürdig vertreten wird. Eine Heilpraktikerin kann durch

## 4

ein Interview in der Tageszeitung ihr Angebot - zum Beispiel eine neue Behandlungsmethode bei Rückenschmerzen, Fettleibigkeit oder Nikotinentwöhnung - bekannt machen. Und das wirkungsvoller als durch Reklame. Denn jeder liest lieber ein interessantes Interview als eine Werbeanzeige.

Wie Sie zu einem interessanten, souveränen und sympathischen Interviewpartner werden, lernen Sie in diesem Medienknigge.

# 7 goldene Regeln

5

## Sieben goldene Regeln im Umgang mit Journalisten

Ob Ihr Unternehmen an die Börse will oder Ihre Entwicklungsorganisation einen Einsatz am anderen Ende der Welt plant: Die Regeln im Umgang mit Journalisten sind die selben. Sie sind im Grundsatz einfach und erlernbar. Natürlich darf man jede Regel auch brechen - aber nicht, weil man sie nicht verstanden hat. Wie bei gesellschaftlichen Umgangsformen gilt: Nur wer die Regeln sehr gut versteht, darf mit ihnen spielen.

Für einen Anfänger verbieten sich Experimente sowohl auf dem gesellschaftlichen Parkett als auch im Umgang mit Journalisten. Vorausgesetzt, man möchte Fettnäpfchen und Peinlichkeiten vermeiden.

### **Regel Nr. 1: Nehmen Sie den Journalisten als Partner, nicht als Feind!**

Natürlich wird in der Presse auch schmutzige Wäsche gewaschen. Meistens aber geht es um Information und Unterhaltung. Auch bei Nachfragen will der Redakteur Sie in der Regel nicht aufs Glatteis führen, sondern weitere Informationen von Ihnen erfahren. Je klarer Sie antworten, desto weniger muss er nachfragen. Umgekehrt bedeutet das: Je mehr Sie sich zurückziehen, je mehr Sie sich hinter Floskeln verstecken, desto stärker wird er nachhaken.

Den Journalisten als Partner zu akzeptieren beginnt damit, dass Sie ihn mit Namen ansprechen und verabschieden: "Guten Tag, Frau Will", "Vielen Dank, Herr Wickert". Lächeln Sie - es sei denn, Sie sprechen gerade über Steuerhinterziehungen in Ihrem Unternehmen.

Dem Journalisten ins Gesicht schauen, nicht in die Kamera!

**Regel Nr. 2: Fassen Sie sich kurz!**

Dynamit kommt in schmalen Packungen. Trotzdem reden viele im Fernsehen gerne so: “Nach langen Beratungen haben wir heute im Einverständnis mit den Vertretern des Betriebsrats, der im Übrigen einen nicht unerheblichen Beitrag zu unserem finalen Ergebnis geleistet hat und noch leistet, beschlossen, angesichts der sich abzeichnenden drohenden wirtschaftlichen Verluste, die betrieblich geregelte Arbeitszeit von 5 auf 4 Werktage anzugleichen.” - Sagen Sie lieber gleich: “Wir führen die Vier-Tage-Woche ein.”

*Wie bildet man kurze Sätze? Die Grundregeln lauten:*

- lange Sätze in kurze Sätze aufteilen
- überflüssige Wörter streichen  
(Tipp: zwei Drittel der Adjektive rauslassen)
- aktiv statt passiv
- keine doppelten Verneinungen  
(die sind für den Zuhörer sowieso verwirrend.  
Oder glauben Sie, im Eifer des Gefechts versteht jemand, was die “nicht unvermeidbaren Defizite in Bezug auf die Haushaltslöcher” sind?)

### **Regel Nr. 3: Werden Sie konkret!**

Sprechen Sie als Karriereberaterin nicht über “diverse Strategien zur optimalen Vermarktung der eigenen Softskills.” Unter diversen Strategien kann man sich genauso wenig vorstellen wie unter einer optimalen Vermarktung.

Sagen Sie lieber konkret, was ein Mechaniker oder Vertriebsleiter tun soll, wenn er eine neue Stelle sucht: den Lebenslauf aktualisieren, ein neues Foto vom Fotografen machen lassen, Visitenkartensammlung nach beruflichen Kontakten durchgehen, Fachmessen besuchen. Denn darunter können Ihre Zuhörer sich etwas vorstellen und denken: “Gute Hinweise, die Frau kann mir weiter helfen.”

Sagen Sie nicht: “Um unsere Kunden optimal zu bedienen, haben wir eine integrierte, auf die unterschiedlichen Bedürf-

nisse zugeschnittene Strategie gewählt, die an bestimmten Faktoren orientiert ist, die uns helfen, unsere Kunden optimal zu bedienen.” Sagen Sie lieber: “Bei uns wartet ein Kunde maximal 24 Stunden auf seinen Computer.” So sehen konkrete Angaben aus.

### **Regel Nr. 4: Nennen Sie Zahlen!**

Der Journalist braucht für seine Arbeit Zahlen, Daten, Fakten. Deswegen sollten Sie ihn mit Zahlen, Daten und Fakten versorgen. Sagen Sie nicht “Viele unserer Studenten haben Abitur auf dem zweiten Bildungsweg gemacht.” Geben Sie an, wie viele. Statt “Wir verkaufen eine große Zahl unserer Wagen in den USA”, sagen Sie lieber: “Wir verkaufen jährlich ein Drittel unserer Wagen in den USA.”

Besonders schön sind überraschende, interessante Zahlen. Wenn Sie herausgefunden haben, dass nur zehn Prozent der Deutschen etwas von der Börse verstehen oder die Rechtsanwaltdichte in Italien doppelt so hoch ist wie hier, dann ist das eine Erwähnung wert.

Für Journalisten auch immer interessant: Superlative, wie “das größte deutsche Entwicklungshilfeprojekt” oder “der niedrigste Stand seit zehn Jahren”.

### **Regel Nr. 5: Bringen Sie Beispiele!**

Alles, was Sie sagen, lebt von Beispielen. Erzählen Sie Geschichten. “Eine meiner Patientinnen ist 70 Jahre alt. Beim Berlin-Marathon ist sie schneller gelaufen als der Wirtschaftssenator.” Das ist lebendiger als über Maßnahmen zur Stärkung des Durchhaltevermögens bei Betagten zu sprechen. Als Arbeitsrechtler können Sie über den Fall eines

stellvertretenden Geschäftsführers berichten, dessen Stelle gestrichen wurde. Dieser ließ sich postwendend zum Betriebsrat wählen, um vor der Kündigung geschützt zu sein. Darunter kann sich der Zuhörer mehr vorstellen als unter flankierenden Maßnahmen zur individuellen Arbeitsplatzsicherung.

Zu jeder Ihrer Aussagen gehört ein Beispiel. Sie sollten zumindest eins in petto haben. Denn die Chancen stehen gut, dass der Journalist Sie danach fragt. Machen Sie sich also allerspätestens in der Maske Gedanken über Ihre Beispiele.

Auch hier macht sich eine Zahl gut. Etwa: “Kölner Schulen haben in diesem Jahr 500 Tonnen Altpapier gesammelt. Von dem Erlös können wir in Bangladesch ein Jahr lang eine Mädchenschule betreiben.”



**Regel Nr. 6: Sehen Sie gut aus!**

Bei jedem halbwegs wichtigen Anlass achtet man auf sein Äußeres. Das hat nichts mit Eitelkeit zu tun, sondern drückt dem anderen gegenüber einen selbstverständlichen Respekt aus. Das gilt besonders, wenn Sie zum Fernsehen gebeten werden. Die Zuschauer werden sich drei Tage später noch an die Frau mit dem tollen Kleid oder den Mann mit dem Fleck auf der Krawatte erinnern.

Für die Damen gilt: Hosen machen das Sitzen auf der Couch oder in tiefen Sesseln einfacher. Dezentere Schmuck (Ohringe, Kette) schmeichelt Ihrem Gesicht. Wenn Sie ins Studio eingeladen werden, können Sie ungeschminkt erscheinen. Die Maske trägt Ihnen ein fernsehgerechtes Make-up auf (Ihren Lieblingslippenstift können Sie mitnehmen). Die Frisur sollte sitzen, sodass die Haare in der Maske nur nachgestylt werden.

Für die Herren gilt: Neben den klassischen Grau-, Blau- und Brauntönen machen sich auf dem Bildschirm auch bei Männern Farben gut, zum Beispiel ein weinrotes oder dunkelgrünes Hemd. Keine altmodischen Bärte bitte, respektive eine gute Rasur, damit die Maske Make-up und Puder auftragen kann. Dunkle Kniestrümpfe statt Socken mit Mickey-Mouse-Muster wählen, damit beim Sitzen keine nackten Unterschenkel hervorblitzen.

**Regel Nr. 7: Bleiben Sie bei allem freundlich!**

Im Umgang mit Journalisten gelten dieselben Regeln wie im Umgang mit jedem anderen normalen Menschen: Erscheinen Sie pünktlich und ausgeschlafen. Versuchen Sie nicht, sich durch Tricks wie lässige Haltung, Rauchen im Nichtraucherbüro oder coole Sprüche wichtig zu machen. Der Journalist hat Sie zum Gespräch geladen. Sie sind schon wichtig.

## 10

Während eines Fernsehinterviews lächeln Sie. Wenn Sie sich nur eine Regel merken können, dann bitte diese: Lächeln, lächeln, lächeln! (Nicht Grinsen!).

Versuchen Sie nicht, vor der Sendung die Fragen abzusprechen. Das nimmt dem Interview später die Lebendigkeit. Erlaubt ist aber eine Frage nach dem Einstieg: “Womit fangen wir denn an?” Das gibt Ihnen die Möglichkeit, Ihre erste Antwort vorzubereiten. Danach hat man sich warm geredet und die Aufregung lässt nach.

# Gesprächsführung

11

## Was Sie sagen sollten und was nicht

Nicht allein der Journalist gibt den Gesprächsverlauf vor. Auch Sie können mitbestimmen, in welche Richtung es geht. Der Trick ist, die Fragen im eigenen Sinne zu nutzen. Die Frage nach einem Streit beispielsweise kann man mit einer These über Steuerentlastungen und Arbeitsplätze beantworten. Oder man könnte über den Streit sprechen oder über einen anderen Streit, der wichtiger ist. Oder darüber, welche Kraft im Streit liegt oder welche wunderbaren Folgen der letzte Streit hatte.

## Beispiel 1:

Journalistin: “Es gibt Gerüchte über einen Streit mit Ihrem Parteivorsitzenden. Ist da was dran?”

Antwortmöglichkeit A: “Zu Partei-Interna sage ich nichts.”

Antwortmöglichkeit B: “Wir streiten, ob man mit einem gelockerten Kündigungsschutz neue Stellen schafft. Ich meine Nein.”

Antwortmöglichkeit C: “Die Frage ist nicht, ob wir streiten. Die Frage ist, wie man neue Stellen schafft. Ich meine durch Steuerentlastungen, damit die Leute mehr Geld ausgeben. Dann nehmen die Unternehmen mehr ein und schaffen neue Arbeitsplätze.”

**Beispiel 2:**

Journalistin: “Wie viel kostet eine Beratung bei Ihnen?”

Antwortmöglichkeit A: “Über Geld spreche ich nicht in der Öffentlichkeit.”

Antwortmöglichkeit B: “Hundert Euro in der Stunde.”

Antwortmöglichkeit C: “Um mit dem Rauchen aufzuhören, sind in der Regel drei Sitzungen nötig. Die kosten jeweils 100 Euro. Wer danach drei Monate nicht raucht, hat das Geld locker wieder raus. Außerdem ist Gesundheit nicht mit Geld zu bezahlen.”

**Beispiel 3:**

Journalistin: “Sind Sie selbst ein guter Chef?”

Antwortmöglichkeit A: “Man bemüht sich immer, ein guter Chef zu sein.”

Antwortmöglichkeit B: “Ich gehe gern mit meinen Leuten einen trinken. Das wird dann oft spät.”

Antwortmöglichkeit C: “Ich mische mich nicht ins Tagesgeschäft ein, sondern vertraue meinen Leuten. Kritik bespreche ich mit dem Mitarbeiter unter vier Augen. Wir pflegen im Unternehmen einen freundschaftlichen Umgangston. Und wenn ich mal ungerecht bin, habe ich kein Problem damit, mich nachher zu entschuldigen.”

## Privates

Nicht immer beschränkt sich ein Interview auf das Fachliche. Und darüber sollten Sie sich freuen. Privates zu zeigen gibt Ihnen nämlich die Möglichkeit, nicht nur seriös und kompetent, sondern auch sympathisch und menschlich zu wirken. Das honorieren Wähler, Käufer und Investoren. Kontrolliertes Preisgeben von Privatem ist Teil eines professionellen Umgangs mit den Medien. Von Bill Clinton, Georg W. Bush und Gerhard Schröder beispielsweise weiß man, dass sie Katzen haben (Socks, India und Schnurri, der Hund der Obamas heisst Bo). Trotzdem steht keiner von ihnen im Verdacht, einen unprofessionellen Umgang mit den Medien zu pflegen.

Das, was Sie von sich preisgeben, sollte Sie in Ihrer Funktion stützen. Geeignet dazu sind Hobbys, Sport, Ehrenämter und Familie. Ein Manager, der gern wandert, wirkt geerdet, natur-

verbunden und besonnen ( "lässt Gedanken wandern"). Ein Ingenieur, der gerne kocht und die italienische Küche schätzt, zeigt sich als lebensfreudiger Genussmensch, dem man mehr vertraut, als einem ganz und gar technikfixierten Programmierer. Eine Politikerin, die eine Jugendmannschaft trainiert, wirkt fit und dokumentiert ihr Engagement für den Nachwuchs.

Mit folgenden Fragen können Sie üben:

- Was machen Sie in Ihrer Freizeit?
- Wer ist der Mann an Ihrer Seite?
- Wie hält er aus, dass Sie so selten zu Hause sind?
- Haben Sie überhaupt Zeit für Ihre Kinder?
- Wer hat zu Hause die Hosen an?
- Gibt es eine Leidenschaft neben Ihrem Beruf?
- Worüber können Sie sich richtig aufregen?

# Ihre Sprache

## Wie man sich gut ausdrückt

Eine schöne Sprache ist eine natürliche, klare und präzise Sprache. Abweichungen davon kann man sich als Genie erlauben. Für Anfänger gilt: Bauhaus statt Barock!

Sich lebendig, kraftvoll und verständlich auszudrücken ist ein Handwerk. Es zu lernen braucht weniger Talent als vielmehr Ehrgeiz, den schönen Schwan zu finden hinter dem hässlichen Entlein aus bürokratischen Floskeln und eitler Gerede.

Hier die Regeln für professionelle Antworten auf Journalistenfragen: Keep it simple, Keep it beautiful, Keep it short, Keep it true.

## Regel Nr. 1: Keep it simple

Halten Sie es einfach. Umständlich zu reden ist wichtig-tuerisch und hässlich. Gehen Sie lieber anders vor: Wählen Sie klare, einfache Formulierungen. No noodles!

*Und so geht's:*

### Vermeiden Sie nichts sagende Floskeln

Kein schöner Satz beginnt mit "In diesem Zusammenhang", denn das Gesagte steht ja ohnehin im Zusammenhang.

"In Anbetracht der Tatsache" verleitet nicht zum Zuhören. Ebenso wenig wie das moderne "Fakt ist..." Besser also, man präsentiert die Tatsachen ohne Anlauf. Füllwürmer wie

a) "Ich möchte Ihre Frage so beantworten..."

b) "Vielen Dank für Ihre Frage..."

- c) “Ich sage das in aller Deutlichkeit...” oder  
 d) “Wissen Sie, Herr Buhrow...”  
 vergeuden bloß Sendezeit, in der Sie auch etwas Interessantes sagen könnten.

Deswegen klingt unglaubwürdig, wer so formuliert: “Ich für meine Person möchte klar sagen, dass ich keine Kenntnis davon hatte.” Es reicht zu sagen: “Ich habe eben erst davon erfahren.”

### **Streichen Sie Füllwörter**

Beliebt, aber fast immer überflüssig sind “gewissermaßen, in der Tat, mithin, letztendlich, sozusagen und dementsprechend”. Ebenfalls sind “so genannte” Erdnüsse immer noch Erdnüsse.

### **Ersetzen Sie aufgeblähte Formulierungen durch ein einfaches Pendant**

Statt “zum jetzigen Zeitpunkt”, “zum damaligen Zeitpunkt” oder “zu einem späteren Zeitpunkt” reichen jetzt, damals oder später. Wenn etwas in naher Zukunft passiert, passiert es bald. “Keine Seltenheit” lässt sich leicht ersetzen durch “oft” (damit ist man prompt auch die doppelte Verneinung los). Man muss nicht “strenges Stillschweigen bewahren”, es reicht zu schweigen. Statt “große Wachstumsraten zu realisieren”, reicht es zu wachsen. Wird einer deutlich, dann muss man nicht behaupten, er ließe an Deutlichkeit nichts zu wünschen übrig.

### **Vorsicht bei Fachbegriffen**

Sie mögen Ihre Termini Technici lieben. Trotzdem sollte der Zuhörer Sie verstehen, anstatt über Ihre Fachbegriffe zu rätseln. Statt “Wohnraumzweckentfremdung” sagen Sie als

Hausverwalter lieber, dass “einige Mieter in ihren Wohnungen Büros eingerichtet haben”. Kaum jemand weiß, was es genau mit Kopfpauschale, Pygmalion-Effekt oder TK-Werten auf sich hat.

### **Regel Nr. 2: Keep it beautiful**

Halten Sie es schön. Eine ausdrucksstarke Sprache arbeitet mit Verben statt Substantivierungen und Adjektivbergen. Die Grundregeln dafür lauten:

### **Schrauben Sie Ihre -ung/-tion/-keit/-heit-Substantivierungen herunter**

Besser Sie meinen, anstatt der Meinung zu sein. Fragen Sie, anstatt Fragen oder gar Fragestellungen zu formulieren. Ihre Kunden sind mit Ihrem Service zufrieden, statt Zufriedenheit zu demonstrieren. Ihre Politik wirkt, anstatt Wirkung zu zeigen. Statt eine dunkle Ahnung zu haben, reicht es zu ahnen (zumal eine Ahnung sowieso dunkel ist, sonst wäre sie eher Wissen). Wenn Sie mit Ihrem Zulieferer kooperieren wollen, brauchen Sie sich nicht auf eine Kooperation zu verständigen.



### **Streichen Sie zwei Drittel der Adjektive**

“Maßnahmen” genügen, Sie brauchen nicht jedes Mal “gezielte Maßnahmen” daraus zu machen. Auch Manipulationen sind immer gezielt, deswegen ist das Adjektiv von “gezielte Manipulationen” überflüssig und hässlich.

Gleiches gilt für “starke Umsatzeinbrüche”, “potenzielles Risiko”, “verheerende Katastrophen”, “neue Anfänge” und “enorme Kostenexplosionen”. Einbrüche sind immer stark, Risiken immer potenziell, Katastrophen immer verheerend, Anfänge immer neu und Explosionen immer enorm.

Ganz falsch sind “seltene Raritäten”, “nachfolgende Konsequenzen”, “finale Ergebnisse”, “persönliche Anwesenheit”, “gültige Berechtigungen”, “vollendete Tatsachen”, “normaler Alltag”, “persönliche Meinungen” und “feste Überzeugungen”. Eine Überzeugung, die nicht fest ist, wäre eher eine

Vermutung. Aus verbessern muss man nicht immer wieder spürbar verbessern machen, aus verändern nicht immer wieder aktiv verändern.

Einige der Beispiele in diesem Kapitel stammen von Stilpapst Wolf Schneider. Er war Leiter der Hamburger Journalistenschule, USA-Korrespondent der Süddeutschen Zeitung und Chefredakteur der Welt. Zum Thema Adjektive fragt er: “Wie heißt das Lied? Am ausgetretenen Brunnen vor dem weinlaubumrankten, halbverfallenen Tore steht ein knorriger Lindenbaum? Nicht ganz. Irgendjemand muss die Adjektive gestrichen haben...” Und er verweist auf Georges Clemenceau, einen französischen Zeitungsverleger, der in seine Redaktionen ein Schild hingte: “Bevor Sie ein Adjektiv hinschreiben, kommen Sie zu mir in den dritten Stock und fragen, ob es nötig ist.”

### **Benutzen Sie starke Verben**

Jemand, der schnell läuft, “rast”. Jemand, der wütend ist, “tobt”. Wenn der Euro “die Preise in die Höhe treibt”, ist das viel schöner formuliert als eine “Verteuerung durch den Euro” zu bemühen. Weitere starke Verben sind zum Beispiel: begeistern, inspirieren, murren, krächzen, heucheln, fauchen, zittern, jubeln, trauern, schwitzen, rauben, erste Hilfe leisten, Not lindern, retten, erklimmen, bauen, rebellieren, stören.

### **Regel Nr. 3: Keep it short**

Fassen Sie sich kurz. Erst nach langem Studium und praktischer Erfahrung dürfen Architekten Häuser bauen. Sätze aber baut fast jeder, darunter viele, die die Sprache mit nutzlosem Füllmaterial aufblähen. Dabei sind Worte mit wenigen Silben fast immer schöner als Worte mit vielen Silben. Singular ist oft klarer als Plural. Doppelte Verneinungen sind lang und schwer verständlich.

*Und so bleiben Sie kurz:*

### **Reduzieren Sie Silben**

Statt “der italienischen Bevölkerung” sagt man besser gleich “die Italiener”. “Eine dreißigjährige männliche Person spanischer Herkunft” ist schlicht “ein dreißigjähriger Spanier”. Statt “in Kürze” besser “bald”, statt “der Wahrheit

entsprechen” besser “zutreffen”. Problematik, Systematik, Thematik und Methodik sind beliebte Silbenscheffler, dabei täten es Problem, System, Thema und Methode. Abklären, Stillschweigen, Rückantwort, Unmenge und Unkosten sind eine Silbe zu lang, denn es handelt sich ja um nichts anderes als Klären, Schweigen, Antwort, Menge und Kosten. Eigeninitiative, Wertigkeit, Wirtschaftsbereich, Wegstrecke, Fragestellung und Problemstellung haben bereits zwei Silben zu viel, da es doch nur um Initiative, Wert, Wirtschaft, Weg, Frage und Problem geht.

“Der heutige Tag” statt einfach nur “heute” bringt es auf drei überflüssige Silben, ebenso das sinnlose “Sinnhaftigkeit” statt “Sinn” und die “Typologien”, die wahrscheinlich nur Typen sind. Deswegen hat, wer von Zielsetzung spricht, das Ziel schön zu formulieren bereits verpasst.

### **Doppelte Verneinungen auflösen**

Wenn etwas “nicht undenkbar”, “nicht unbedeutend” oder “keine Lüge” ist, dann ist es “denkbar”, “bedeutend” oder “die Wahrheit”.

Schauen Sie sich einmal folgenden Dialog an: Mann: “Hast Du mich betrogen?” Frau: “Ich war Dir nicht untreu.” Erstens versteht man nicht, was die Frau meint. Zweitens wirkt die Frau weder offen noch ehrlich. In den Medien aber sollen Sie genau das: offen und ehrlich überkommen.

**Regel Nr. 4: Keep it true**

Halten Sie es wahr. Sprache klärt, wenn man erfährt, wer was getan hat. Sprache verschleiert, wenn man Verantwortung nicht mehr erkennt.

*So bleiben Sie bei der Wahrheit:*

**Nennen Sie Ross und Reiter**

Aus der wissenschaftlichen Sprache kommen allgemeine, abstrakte und unpersönliche Formulierungen wie “Der Versuch zeigt” oder “In dem Versuch wurde gezeigt”. Diese lassen das wahre Subjekt der Handlung (nämlich den Wissenschaftler) im Dunkeln. Leider hat die Wissenschaftssprache abgefärbt auf das, was wir im Alltag reden oder schreiben. Dabei entsteht schnell der Eindruck, der Redner hätte etwas zu verbergen.

Rücken Sie besser Ihr Subjekt in den Vordergrund. Statt “Der Roman entstand nach dem 11. September”, sagen Sie, wer ihn geschrieben hat, auch, wenn Sie selbst es waren. Der Unfall entstand nicht durch überhöhte Geschwindigkeit, sondern weil jemand zu schnell fuhr - sagen Sie, wer’s war. Wenn wir in der Zeitung läsen, dass die Steuern sinken, glaubten wir es schon nicht, weil das echte Subjekt fehlt.

Ebenfalls unbefriedigend sind viele man-Konstruktionen, zum Beispiel: Man wird darüber sprechen müssen. Wenn Sie von Untersuchungen oder Experten sprechen, sagen Sie, welche Untersuchung, welches Institut oder welche Experten. Also: “Die Berater von Miller-Consulting haben festgestellt” oder “Professor Schmitz von der Tübinger Universität behauptet” oder “Die Stiftung Warentest fand heraus”.

### **Passiv-Konstruktionen durch aktive ersetzen**

Also nicht: “Unser Börsengang wurde verschoben”, eine gemeinsame Erklärung “wurde beschlossen” oder “die Mitglieder werden in Kenntnis gesetzt”. Jemand hat den Börsengang verschoben, etwas erklärt oder die Mitglieder informiert.

### **Nicht die Wahrheit postulieren**

Satzeinleitungen wie “Es steht außer Frage”, “Es ist wenig verwunderlich”, “Niemand bestreitet, dass” ... sind fast immer gelogen. Bitte ersatzlos streichen.

Natürlich geht es nicht darum, diese Regeln immer und überall zu befolgen. Wichtig ist, ein Gespür dafür zu entwickeln, Schöne von Biestern zu unterscheiden. Auch der Schriftsteller George Orwell ermutigt die eigene Urteilskraft:

“Break any of these rules sooner than say anything outright barbarious.” - Brechen Sie lieber eine Regel, bevor Sie etwas ausgemacht Scheußliches sagen.

# Schlagfertigkeit

## Wie man schlagfertig antwortet

Schlagfertigkeit ist die Kunst, einen Angriff schnell und originell zu beantworten. Diese Technik braucht man im Alltag allerdings deutlich häufiger als im Interview. Zur Erinnerung: Der Journalist will Sie nicht in die Pfanne hauen, sondern in seiner Redaktion ein gutes Produkt abliefern. Bei der Wahl der Mittel ist also Fingerspitzengefühl gefragt.

Unangebracht sind beispielsweise Rückfragen (Journalist: “Wen lassen Sie morgen im Tor spielen? - Antwort: “Na, wen würden Sie denn spielen lassen?” ) oder die ironische Nachdenkertechnik. (Journalistin: “Ist das nicht sehr egoistisch?” - Antwort: ”Ich sage Ihnen morgen Abend, wie ich über Ihren Standpunkt denke.”). Medientauglichere Techniken finden Sie im Folgenden erklärt.

## Schlagfertig durch unerwartete Zustimmung

Wenn ein Journalist Sie angreift, rechnet er mit Gegenwehr. Doch wer sich daraufhin verteidigt, klagt sich an - so eine alte Weisheit. Besser also, Sie stimmen dem Journalisten zu, und münzen den Vorwurf zu Ihren Gunsten um. Diese Technik ist eher unspektakulär, dafür leicht zu erlernen. Ein weiterer Vorteil: Im Gegensatz zu den anderen Schlagfertigkeitstechniken wirkt diese eher beruhigend.

### Und so geht's:

*Journalist:* Ist Ihre Beratung nicht ein bisschen teuer?

*Antwort:* Gerade weil sie teuer ist, kann ich jeden ausführlich und individuell betreuen.

*Journalist:* Macht es Ihnen etwas aus, ein unbeliebter Chef zu sein?

*Antwort:* Gerade weil ich nicht everybody's darling bin, kann ich auf Fehler hinweisen.

*Journalist:* Sie sind doch eine intelligente Frau, Sie müssten dem doch zustimmen.

*Antwort:* Gerade weil ich eine intelligente Frau bin, kann ich dem nicht zustimmen.

### **Schlagfertig durch Sinnverdrehung**

“Wer Visionen hat, soll zum Arzt gehen”, antwortete Helmut Schmidt auf den Vorwurf, keine Visionen zu haben. Diese Schlagfertigkeitstechnik arbeitet damit, zwischen Frage und Antwort den Sinn eines Wortes zu ändern. Der Altkanzler nahm aus der Frage die Vision (im Sinne von Idee) und verdrehte in seiner Antwort den Sinn Richtung krankhafte Sinnestäuschung.

### **Andere Beispiele:**

*Journalist:* Was haben Sie eigentlich gegen die Gewerkschaft?

*Antwort:* Nichts Wirksames.

*Journalist:* Die Opposition behauptet, Sie hätten keine Ahnung von Wirtschaftspolitik.

*Antwort:* Es geht auch nicht um Ahnung, sondern um Wissen.

*Journalist:* Ist es nicht komisch, für einen Zigarettenhersteller zu arbeiten und selbst Nichtraucher zu sein?

*Antwort:* Diese Welt braucht viel mehr komische Leute.

### **Schlagfertig durch absurde Weiterführung**

Schlagfertig ist eine Antwort auch, wenn sie die Frage aufnimmt und ins Absurde weiterspinnst Zum Beispiel:

*Journalist:* Man sagt, Ihr Design sei fantasielos.

*Antwort:* Ich habe kürzlich einen italienischen Designer verpflichtet. Wer sich jetzt noch beschwert, zahlt Strafe.

*Journalist:* Dreihundert Euro für eine Stunde Beratung - ist das nicht ein bisschen teuer?

*Antwort:* Besser man lässt sich beraten als das Geld für Bier und Zigaretten auszugeben.

*Journalist:* Sind Sie ein schlechter Zuhörer?

*Antwort:* Wenn ich meinem Verleger immer zugehört hätte, wäre ich längst tot.

### **Schlagfertig durch abseitige Antworten**

Mit einer anderen Schlagfertigkeitstechnik antworten Sie mit einem ganz abseitigen Aspekt der Frage:

*Journalist:* Ihr Büro hat nur drei Mitarbeiter. Ist das nicht ein bisschen wenig für so eine große Aufgabe?

*Antwort:* Wenigstens bekommen wir so den günstigen Kleingruppenrabatt bei der Bahn.

*Journalist:* Wie konnte so ein stiller Typ wie Sie Schulsprecher werden?

*Antwort:* Die brauchten jemand, der bei der Schulkonferenz fünf Stunden lang still halten kann.

*Journalist:* Sie gelten als leicht reizbar.

*Antwort:* Und am meisten hat mein Briefträger darunter zu leiden, wenn er mal wieder fremde Post in meinen Briefkasten steckt.

### **Schlagfertig durch Konter**

Ein klassischer Konter geht so: Nehmen Sie ein oder mehrere Elemente der Frage auf und verkehren Sie sie in der Antwort ins Gegenteil. Dabei entsteht eine seltsame Parallel-



konstruktion. Paradebeispiel für diesen Fall ist ein von Winston Churchill überlieferter Konter: Eine Lady zischte ihm zu: "Wenn ich Ihre Frau wäre, würde ich Ihnen Gift geben." - Darauf Churchill: "Und wenn ich Ihr Mann wäre, würde ich es nehmen." - Der Witz entsteht so: Aus der Frau wird ein Mann, aus dem Gift geben das Gift nehmen, und dadurch aus dem Tötungswunsch eine Selbstmordabsicht. Die Konstruktion bleibt erhalten.

*Und so könnten Konter in einem Interview aussehen:*

*Journalist:* Wie fühlt man sich als die erste Frau an der Konzernspitze?

*Antwort:* Und wie fühlt man sich als der hundertste Mann, der mir diese Frage stellt?

*Journalist:* Ich freue mich auf Ihr nächstes Buch - falls es überhaupt noch eins gibt.

*Antwort:* Und ich würde mich freuen, wenn Sie es in Ihrer Sendung besprechen - falls es die dann noch gibt.

# Ihr Äußeres

Wenn Radio oder Print sich ankündigen, ziehen Sie aus Respekt vor dem Journalisten etwas Ordentliches an: Business oder leger, keine Freizeitkleidung! Kommt aber das Fernsehen, so verschafft ein gelungenes Outfit Ihnen einen Startvorteil beim Zuschauer.

Umgekehrt gilt: Eine hässliche Bluse oder ein Fleck auf der Krawatte fallen besonders auf. Im Fernsehen treten Sie in einer Funktion auf. Ihr Outfit sollte diese Funktion stützen.

Manager signalisieren mit Dreiteiler und Manschettenknöpfen, dass sie erfolgsorientiert und konservativ sind. Eine Choreografin, die über ihr neues Stück spricht, stützt das, was der Zuschauer wahrnimmt, durch einen großen runden Ausschnitt und einen Seidenschal. Ein Landwirt kann ein Interview zur artgerechten Tierhaltung in Schürze und Gummistiefeln geben.

## **Kleidung**

Öffnen Sie Ihren Kleiderschrank und wählen Sie Ihr schönstes Business-Outfit. Für viele wird das ein Anzug, Hosenzug oder Kostüm sein. Sind Sie unsicher, wie förmlich es zugehen wird, nehmen Sie das Outfit des Moderators als Anhaltspunkt. Bei Tom Buhrow von den Tagesthemen passen Krawatte oder Perlenkette besser, als wenn Sie mit Elke Heidenreich über Bücher plaudern.

Ein weiterer Anhaltspunkt ist Ihr persönliches Gefühl. Schließlich sollen Sie sich treu bleiben und nicht fürs Fernsehen verkleiden. Ihre Haltung sollte signalisieren "Ich fühle mich wohl und habe Freude, das zu tragen". Grünen-Fundi Christian Ströbele darf seinen roten Schal also mitnehmen.

Das, was Sie anhaben, sollte getragen sein, nicht neu. Schließlich wollen Sie nicht kurzfristig feststellen, dass Sie

auf die Appretur Ihres Oberhemds allergisch reagieren. Tragen Sie ein extra gekauftes Outfit also mindestens einen Tag zur Probe. Wenn Sie sich darin wohl fühlen, hat der Zuschauer den Eindruck “der steht zu sich”.

Ihr Outfit sollte aus maximal drei Farben bestehen, also für die Herren klassischerweise eine Farbe Anzug, eine Farbe Hemd, eine Farbe Krawatte. Mögen Sie es weniger förmlich, lassen Sie Krawatte und Jackett zu Hause. Ein schönes Oberhemd, eine schöne Bluse allein wirkt deutlich offener.

### **Finger weg!**

Tote tragen keine Karos - Sie bitte auch nicht, denn Karos flimmern im Bild. Muster lenken von Ihrem Gesicht ab und sind eher etwas für die Bühne. Dort kann man die Einzelheiten Ihres Gesichts sowieso nicht erkennen. Ihr Ausschnitt sollte nicht eng sein und nicht der Kinnform nachgehen.

Das wirkt schnell langweilig, wie man am negativen Beispiel von Angela Merkels T-Shirts beobachten kann.

Oben herum empfehlen sich keine Rollis und keine zu leichten Stoffe, denn das Mikrofon muss an Kragen oder Ausschnitt fixiert werden. Ganz enge Oberteile sind nichts für Sitzauftritte, weil sich selbst bei schlanken Bäuchen Röllchen abzeichnen. Und selbst wenn nicht - wahrscheinlich würden Sie trotzdem aus dem Augenwinkel kontrollieren.

Ungeeignet sind außerdem: Rüschen, Basecaps, voluminöse oder gewickelte Schals. Buchstabenaufdrucke ( “San Francisco”, “I love tennis” etc.) lenken ab und sind allenfalls erlaubt, wenn Sie damit Werbung machen wollen, beispielsweise für Ihre eigene Homepage.

## Tipps für Frauen

### *Kleidung*

Für Sitzinterviews lieber Hose statt Rock tragen. Wenn Sie auf dem Sofa aufpassen müssen, dass Ihr Rock nicht hoch rutscht, sieht man das gleich an Ihrer Haltung. Insgesamt sollte weibliche Kleidung nicht zu viel Sexappeal haben. Eine durchsichtige Bluse wirkt im Fernsehen noch durchsichtiger, ein tiefer Ausschnitt noch tiefer und ein kurzer Rock noch kürzer. Zuschauer und Zuschauerinnen werden unweigerlich darüber nachdenken (Wie ist die bloß in das Kleid rein gekommen?) anstatt Ihnen zuzuhören. Bei Oberteilen ohne Träger wird gewettet, wann es anfängt zu rutschen.

### *Schuhe*

Um in einer Stehrunde nicht zu klein zu wirken, sind hohe Absätze für Frauen vorteilhaft, vorausgesetzt, Sie können bequem darin gehen. Aber übertreiben Sie es nicht: Wenn Sie in zwölf Zentimeter Pfennigabsätzen quer durchs Studio stolzieren, nimmt Sie niemand mehr ernst.

### *Frisur*

Sind Ihre Haare lang und gepflegt, dürfen Sie sie offen tragen. Das macht einen schönen Blickfang fürs Fernsehen (dann aber nicht zusätzlich auffällige Schmuckstücke oder Muster wählen). Lange Haare nach hinten frisieren, sonst schrubben sie ans Mikrofon und verursachen Nebengeräusche.

Sie können lange Haare auch hochstecken oder in der Maske darum bitten. Das hilft, wenn Sie oft mit Ihren Haaren

herumspielen oder ständig Strähnen aus dem Gesicht streichen. Die Zuschauer sollen sich auf das konzentrieren, was Sie sagen, nicht auf die Frage, wie lange Sie noch zibbeln. Eine einzelne Locke dürfen Sie aber herauslösen und in die Stirn fallen lassen.

### *Accessoires*

Schmuck kann ein sehr schöner Akzent fürs Fernsehen sein. Dezente Ohringe beispielsweise ziehen den Blick auf Ihr Gesicht. Keine Klunker, keine baumeligen Gehänge, das lenkt ab. Stattdessen: Kreolen, einzelne Steine oder Perlen. Ketten sind schön, wenn sie nicht eng am Hals anliegen, aber auch nicht mit dem Kragen kollidieren. Etwas Kleines sollte nicht von etwas Großem überdeckt werden. Der Anhänger Ihrer Kette sollte also nicht unter dem Pullover verschwinden. Achten Sie darauf, dass Sie mit Ringen am Finger nicht auf den Studiotisch schlagen. Das verursacht unangenehme

Nebengeräusche, die nicht nur den Tontechniker verrückt machen.

### **Tipps für Männer**

#### *Frisur*

Wenn Sie als Mann graue Strähnen wegfärben, lassen Sie es vom Friseur machen. Heimfarbe bekommt im Studiolicht einen Rotstich. Der Friseurtermin sollte nicht am Tag des Auftritts liegen, sonst sehen die Haare “gemacht” aus.

#### *Bart*

Mit Ausnahme von Wolfgang Thierse gehen ungepflegte Bärte gar nicht. Und auch bei ihm ist die Oberlippe so zugewachsen, dass Gehörlose und Schwerhörige nicht von seinen Lippen ablesen können. Sofort entsteht der Eindruck:

“Der nuschelt in seinen Bart”. Also lieber an Bernd Pischetsrieder von VW und Matthias Platzeck aus der SPD orientieren, wenn es um den Bartwuchs geht.

### *Einstecktuch*

Das Einstecktuch ist ein schöner Akzent, eignet sich aber eher für festliche Anlässe wie Jubiläen oder eine Preisverleihung. Das Tuch sollte die Farben von Anzug, Hemd und Krawatte vereinen. Stilsichere dürfen auch spielen und mit dem Tuch eine neue Farbe einführen, die die Individualität des Trägers ausdrückt.

### *Hände*

Ihre Hände sollten gepflegt sein. Wenn Sie das als Mann für übertriebenen Kleinkram halten, dann fragen Sie mal einige Frauen, was ihnen an Männern gefällt und was sie abstößt.

Wenn Sie weitere Fragen zu Ihrem Auftritt haben, rufen Sie uns an - Telefon: 030 854 06 007.

**Auf jeden Fall: Viel Erfolg!**

## Kontakt:

31

Wir schicken Ihnen gern weitere Informationen zu.

**medienschule thorsten reinke**

Albertstraße 8

10827 Berlin

Tel 030.854.06.007

Fax 030.782.2555

[reinke@medienabitur.de](mailto:reinke@medienabitur.de)

medienschule **thorsten reinke**

[www.medienabitur.de](http://www.medienabitur.de)

