

Andreas Klug

Grundlagen der Interviewführung

Materialien für
Aus- und Fortbildung in Bürgermedien

1. Das Interview

Was ist ein Interview?

Das Interview nutzt ideal die Möglichkeiten des Mediums Radio: Bei dem in der Zeitung abgedruckten Interview fehlen all die Informationen, die etwa als Stimmung, als Tonlage oder als sonstige akustische Merkmale zum Ausdruck kommen könnten. Das Fernsehen liefert zwar im Gegensatz zum Hörfunk noch zusätzlich Bilder, verschiebt dadurch aber die Akzente deutlich weg von den Inhalten hin zur Form, zum wie. Der seit dem 19. Jahrhundert aus der Hofsprache bekannte Begriff Interview bezeichnete schon damals eine (für die Öffentlichkeit bestimmte) Unterhaltung, die besonders durch die Person des Befragten interessant wurde. Auch gingen bereits vor über hundert Jahren Journalisten zu den US-Präsidenten, um diese zu befragen und dann darüber zu berichten. Schon damals stellte sich die Frage: War hierdurch eine besonders raffinierte Variante der Hofberichterstattung geboren worden? Oder kann nicht vielmehr durch richtiges Fragen und Nachfragen Licht in politische Zusammenhänge gebracht werden? Bei diesem Blick zurück wird deutlich, wo Grenzen und Gefahren des Interviews liegen: Wer primär die eigene Meinung transportieren oder Kommentare anbringen will, sollte sich anderer Darstellungsformen bedienen; wer sich auf die Rolle des Steigbügelhalters reduziert und nur mittels Stichworten zum Weiterreden auffordert, verschenkt ebenfalls die Möglichkeiten, die in der Sendeform Interview stecken. Ideal beschrieben ist die Rolle des Interviewers mit „Anwalt der Hörenden“: Als Mittler tätig hat er sich intensiver mit einem Thema befasst, eine kompetente Interviewpartnerin gefunden und fragt nun im Interesse der Hörenden. Er kitzelt Interessantes aus seinem Gegenüber heraus, bohrt nach und fragt quer. Im Mittelpunkt des Interviews als Beitrags-Gattung stehen die Antworten, nicht der Interviewer.

Was ist ein Interview nicht?

Das Interview unterscheidet sich vom Gespräch: Während dort die Meinungen zweier GesprächspartnerInnen annähernd gleichberechtigt aufeinander treffen, gegenseitige Bestätigungen oder Widersprüche geäußert werden, sind die Rollen beim Interview deutlich unterschieden in die des Fragenden - dessen eigene Meinung steht eindeutig nicht im Mittelpunkt - und die des Antwort-Gebers.

Wer beim (vorproduzierten) Interview nachträglich Zwischentexte einfügt, produziert einen gebauten Beitrag (vgl. gesonderte Materialien).

Das Interview kennt nur Frage und Antwort

Weshalb Interview?

Der Interviewer ist Anwalt der HörerInnen

Wer sich zum Einholen von Informationen ans Telefon setzt, führt zwar auch Interviews: Solche Recherche-Interviews haben mit dem Interview als Darstellungs- oder Sendeform jedoch nur wenig gemein. Hier können vorab kaum ein roter Faden oder mögliche Kontroversen entworfen werden. Zu Hause am Radiogerät entsteht im besten Fall wenig Spannung, schlimmstenfalls das Gefühl, dass da im Studio jemand im Heuhaufen rumstochert.

Uns geht es hier um das Interview, dessen inhaltlicher Aufbau und Dialogverlauf gezielt entworfen sind. Im Journalismus ist vom geformten oder gestalteten Interview die Rede.

Wer sich etwa im Rahmen einer Magazinsendung für das Interview (und gegen den gebauten Beitrag) entscheidet, sollte sich vergegenwärtigen, dass er Schiffbruch erleiden wird, wenn er schlecht vorbereitet ins Interview geht! Vermutlich zieht er sich auf die Rolle des (schultertät-schelnden) Stichwortgebers zurück ("Können Sie noch etwas sagen zu . . ."), ein roter Faden wird kaum erkennbar, das Interview gerät zur Plauderei. Spätestens bei kontrovers gemeinten Nachfragen wird der/die Interviewpartner/-in den Spieß umdrehen. Ist dagegen die Vorbereitung in Ordnung, spricht zweierlei für die Entscheidung für das Interview als Sendeform:

- Das Interview ist (insbesondere wenn es live über die Bühne geht) die demokratischste Beitrags-Form. Hier ist der Produktionsprozess öffentlich, Stimmungen und Zwischentöne werden - auf beiden Seiten - ebenso hörbar wie Unsicherheiten oder etwa Ausweichversuche. Kommt es zur Kontroverse, kann im Interview - verglichen mit den standardisierten Formatradio-Beiträgen - etwas geradezu subversives liegen. Im Idealfall können HörerInnen sogar anrufen und ebenfalls mitreden. Somit ist das gestaltete Interview die Sendeform mit der größten Medientransparenz.
- Das Interview lässt sich mit etwas Übung vergleichsweise schnell realisieren: Schreibearbeiten sind auf ein Minimum reduziert, auch das aufwändige Schneiden entfällt zum großen Teil. Der Schwerpunkt der Arbeit wird vom Schreib- oder Schneidetisch hin zur inhaltlichen Arbeit verlagert.

"Redakteure sind zur Objektivität verpflichtet." So heißt es beispielsweise im Gesetz über den Bayerischen Rundfunk. Dass solche Gesetze tagtäglich weltweit missachtet werden, braucht kaum erwähnt zu werden. "Medien bestimmen die Tagesordnung" - dies ist die zentrale Aussage der von US-JournalistInnen geprägten Theorie des "agenda setting".

Zwar ist umstritten, wie erfolgreich die Medien sind wenn es um den Transport von Meinungen geht. Einigkeit herrscht jedoch darüber, dass Massenmedien festlegen, welche Themen in welcher Dringlichkeit öffentlich diskutiert werden (vgl. Schneider, Wolf: Unsere tägliche Desinformation - Wie die Massenmedien in die Irre führen; Hamburg 1984). Die Vorstellung von der objektiven Berichterstattung scheidet somit am Zwang zur Auswahl: sowohl hinsichtlich der Auswahl der bearbeiteten Themen als auch hinsichtlich der angesprochenen Aspekte innerhalb eines Themenkomplexes.

Diese Einschätzung lässt sich durch die Ergebnisse der (Medien-)Wirkungsforschung bestätigen: "Man geht heute von der nachweisbaren Tatsache aus, daß Massenmedien einen starken Einfluss auf die Bedeutung des Diskussionsrahmens bestimmter Themen in der Öffentlichkeit ausüben." (Jordan, Peter; Frankfurt 1982) Viel stärker als früher wird heute die soziale Herkunft des Publikums bei der Bewertung der Medienwirkung gewichtet. Dass Medien unmittelbar Meinung machen wird dagegen kaum noch angenommen. Anzustreben ist deshalb ein emanzipatorischer Mediengebrauch, bei dem über größtmögliche Interaktion politische Lernprozesse in Gang gesetzt werden (vgl. Enzensberger, Hans-Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Kursbuch 20/1970). Für den/die InterviewerIn heißt dies, einerseits die eigene Rolle selbstbewusst wahrzunehmen, ohne jedoch andererseits in Rechthaberei zu verfallen. Oder: weder in die Rolle des Steigbügelhalters noch des Diskussionspartners zu verfallen. Sondern: in einem inszenierten Rollenspiel Anwalt/Anwältin der Hörenden zu sein.

2. Die Steuerung des Dialogs

Offene Fragen
fördern den Redefluss,
geschlossene Fragen
engen ein

Die offene Frage ist eine Aufforderung zum Erzählen: Sie ist wenig konkret und fordert auf, etwa einen erlebten Sachverhalt oder umfangreichere Inhalte ausführlich darzustellen. "Welche energiepolitischen Vorstellungen will die SPD nach der gewonnenen Landtagswahl umsetzen?" fordert auf, weit auszuholen und aus dem Parteiprogramm zu referieren. Die offene Frage erlaubt der/dem Interviewten, auszuholen und weitgehend unbeeinflusst zu antworten. Offene Fragen eignen sich als Einstiegsfragen insbesondere dann, wenn die/der InterviewpartnerIn wenig medien erfahren und sehr zurückhaltend ist. Sie erfordern allerdings einen weit gesteckten Zeitrahmen und bergen die Gefahr, dass der/die InterviewerIn die Interviewführung aus der Hand gibt.

"Wird die SPD dem Bau weiterer Atomanlagen zustimmen?" lässt sich dagegen im Extremfall mit "Ja" oder "Nein" beantworten und ist eine klassische geschlossene Frage. Sie engt ein und bringt das Thema auf den Punkt. Der Interviewer bleibt in Tuchfühlung mit seinem Interviewpartner, hält die Zügel fester in der Hand und kann dem Interview gegebenenfalls mehr Tempo geben. Gerade bei inhaltlichen Kontroversen entsteht allerdings leicht ein Verhörstil. Wenn wir davon ausgehen, dass die Struktur und insbesondere der Frage-Antwort-Rhythmus eines Interviews bereits während der ersten Phase wesentlich geprägt wird, ist die Problematik klar, die offene Fragen im Umgang mit rhetorisch geschulten oder sehr mitteilungsbedürftigen InterviewpartnerInnen bergen.

Filterfragen
grenzen ein

Filterfragen grenzen das Thema inhaltlich ein. Gerade rhetorisch geschulte InterviewpartnerInnen neigen dazu, in unverbindliche Allgemeinheiten zu flüchten. Eine eingrenzende Nachfrage wirkt dem entgegen.

Balkonfragen
liefern
Vorinformationen

Balkonfragen beinhalten Aussagen und Informationen, die eher für die HörerInnen bestimmt sind: Sie werden durch die in dem "Balkon" genannten Informationen in die Lage versetzt, die nachfolgende Frage zu verstehen: "Die Bürgerinitiative hat im vergangenen Jahr mehrfach Abschiebungen durch Verstecken von Flüchtlingen verhindern können. Dies hat zu scharfen Angriffen insbesondere wegen der Betei-

Suggestivfragen
unterstellen implizit

ligung von Kirchengruppen geführt. Soll diese Art der Flüchtlingsarbeit dennoch fortgesetzt werden?" Diese Methode spart Zeit, der/die Interviewte wird zu einer konkreten Stellungnahme herausgefordert, die Vorinformationen liefert der Interviewer. Aber Vorsicht: Ist der Balkon nicht hieb- und stichfest, wird ihn der/die Interviewte demontieren!

Skalafragen
bieten eine Auswahl
an

Ähnlich ist die Situation bei der Suggestivfrage. Sie beinhaltet eine Aussage, formuliert sie allerdings nicht offen, sondern versteckt sie als Unterstellung in der Frage. Gerade ungeübte InterviewpartnerInnen werden in eine bestimmte Richtung gedrängt. Aufmerksame HörerInnen merken dies schnell und werden von der folgenden Antwort kaum zu beeindrucken sein.

Mehrfachfragen
werden kaum
beantwortet

Ebenfalls mit konkreten Vorgaben arbeitet die Skala-Frage: Mit ihr soll der Interviewpartner möglichst konkret festgelegt werden: "Wird beim Autonomen Jugendzentrum nun alles weitergehen wie bisher oder müssen die Jugendlichen mit einer Schließung rechnen?" Die Skala-Frage ist nur bei einem versierten Gegenüber und bei sehr konkreten Fragestellungen sinnvoll.

Kurze, prägnante
Fragen
beleben das Interview

Wenig empfehlenswert ist die Mehrfachfrage: "Wie viele Personen arbeiten in der Bürgerinitiative mit, seit wann gibts sie, wann sind die Treffen, kann jeder und jede mitmachen?" Von diesem Fragenkatalog wird sicherlich nur ein Teil beantwortet werden, die unbeantworteten Fragen gehen möglicherweise vergessen. Sollte eine versierte InterviewpartnerIn tatsächlich in der Lage sein, auf alle Punkte einzugehen, so wird dem Interview durch solche Frageformen dennoch jegliche Leichtigkeit genommen: Auf eine sehr ausführliche Frage folgt eine sehr ausführliche Antwort.

Kurze, prägnante Antworten freuen jeden Interviewer: Sie machen das Interview gut hörbar, bei gleicher Dauer wirkt es kurzweiliger. Ein entsprechender Hinweis vorab an den Interviewpartner ist durchaus angebracht - als "Gegenleistung" sind dann aber auch kurze, prägnante Fragen zu stellen. Bei entsprechender Vorbereitung ist dies möglich, jeder noch so komplexe Inhalt lässt sich in Einzelaspekte gliedern und entsprechend portioniert ansprechen.

Nachfragen sind oft unumgänglich

Die Nachfrage ist erforderlich, wenn sich - gerade rhetorisch geschulte - InterviewpartnerInnen um eine Antwort drücken. Im Interesse der ZuhörerInnen ist es erforderlich nachzuhaken. Mit einer Einleitung wie "Um noch mal auf meine Frage zurückzukommen . . ." wird zweierlei geleistet: Der/die InterviewpartnerIn merkt, dass der Interviewer nach wie vor das Konzept in der Hand hat, dem Hörer wird mit diesem Hinweis die offensichtliche Unsicherheit und das Nicht-Anworten des Interviewpartners verdeutlicht. Je kürzer und prägnanter Fragen formuliert sind, um so deutlicher fällt auf, wenn sie nicht beantwortet werden. Sollte erneut keine befriedigende Antwort kommen, sind die HörerInnen - durch das vorausgegangene Nachhaken - bereits für das Verhalten sensibilisiert und können eigenständig ein Urteil fällen. Erneutes Nachbohren kann nun als unangemessen erscheinen.

InterviewpartnerInnen neigen gern zum Beschönigen. Hiergegen hilft nur gute Vorbereitung und damit die Fähigkeit, Schönfärberei als solche zu benennen und entsprechend nachzufragen.

Unterbrechen muss oft sein

Unterbrechen ist un schön aber bisweilen notwendig: Anwalt der Hörenden zu sein erfordert im Zweifelsfall, InterviewpartnerInnen, die sich allzu skrupellos breit machen, in Schranken zu weisen. Gerade bei Antworten, die zu umfassend ausfallen, bleibt häufig nur wenig hängen.

- Schnell zu reagieren, einen Gedankengang aufzugreifen und in wenigen Worten um dessen Konkretisierung zu bitten, bringt die Initiative zum Interviewer zurück, rückt unausgesprochen die Rollenverteilung wieder ins Lot und bringt das Interview wieder auf den Punkt.
- Elegant wirkt das Aufgreifen einer soeben geäußerten Formulierung oder eines Schlagwortes, ihr Einbau in die nächste Frage mit dem Ziel, zu einem anderen Aspekt überzuleiten.
- Ins-Wort-Fallen kann den Interviewpartner beunruhigen, er fühlt sich möglicherweise in seinem Gedankengang gestört. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn mit konfrontativen Fragestellungen unterbrochen wird; es kann dann leicht zu einer Störung auf der emotionalen Ebene kommen. Empfehlenswert ist deshalb in einer solchen Situation, zunächst mit einer extrem geschlossenen, aber inhaltlich unproblematischen Frage zu intervenieren und erst im zweiten, wenig später folgenden Schritt die unbequeme Frage anzu-

Fragen sind Fragen

hängen. Beispiel: Der Einzelhandelsverbands-Vorsitzende erläutert endlos die Vorteile des gerade eröffneten, örtlichen Kongresszentrums. Ihn nun mit der Bitte um eine Schätzung zu unterbrechen, um wie viel wohl die Umsätze in seiner eigenen Boutique zugenommen haben, wird ihn kaum irritieren. Sein Redefluss ist jedoch unterbrochen, die anschließende Frage nach seiner Meinung zu der Vertreibung mehrerer alteingesessener Betriebe wegen steigender Mieten kann nun folgen, ohne dass eine emotionale Störung eintritt.

- Darüber hinaus haben Untersuchungen ergeben, dass ein Unterbrechen innerhalb des Redeflusses dann problemloser ist, wenn es erst nach dem Verb erfolgt.

Fragen sind Fragen, keine Kommentare. "Das ist ja interessant" mag sich die Hörerin denken, in einer Frage hat diese Formulierung so wenig zu suchen wie das schlichte "Gut!". Fragen sind auch keine Ankündigungen: "Nun noch zu der Frage..." ist völlig überflüssig, der/die HörerIn hört gleich selbst.

3. Fünf Schritte Vorbereitung

1. Diskussion in der Redaktion

Der erste Schritt, längst vor der konkreten Planung des eigentlichen Interviews ist die möglichst genaue inhaltliche Bestimmung. Was will ich mit diesem Thema in dieser Sendung erreichen? Warum? Wie detailliert soll in die Tiefe gegangen werden? Welche Aspekte sollen bei einem Interview mit der anvisierten Person im Vordergrund stehen? Oder umgekehrt: Warum gerade dieser Interviewpartner? Zitate oder gar längere Texte der InterviewpartnerIn erleichtern deren Einordnung. Ziel dieses ersten Schrittes ist die grobe Skizzierung, was die spannenden Punkte für ein Interview mit gerade diesem Interviewpartner sind. Unumgänglich ist zum jetzigen Zeitpunkt die entsprechende Diskussion in der Redaktion.

2. Nur Umriss skizzieren

Nach der Vorbesprechung sollte die inhaltliche Vertiefung nun so weit vorangetrieben werden, dass bei der folgenden Kontaktaufnahme mit dem/der späteren InterviewpartnerIn schon grob die gewünschte Zielsetzung beschrieben werden kann. Hier stellt sich die Frage nach möglichen Hilfsmitteln für eine solche Recherche.

- Bordmittel (Bücherbord), insbesondere der von Oeckl herausgegebene Klassiker "Taschenbuch des Öffentlichen Lebens".
- Zu fast allen Themen gibt es Fachleute. Wer hier fündig wird, erhält meist sinnige Anregungen, gerade die Zwischentöne sind oft sehr wertvoll.
- Elektronische Archive: online (Tageszeitungen, Bibliotheken, dpa) und offline (CD-ROMs von TAZ bis FAZ)
- Je länger der jeweilige Sender existiert, um so umfänglicher dürfte das Archiv sein. Persönliche Archivierung (Tonarchiv, Manuskripte, Kontakte) erfordert zwar regelmäßigen Arbeitsaufwand, zahlt sich jedoch langfristig unbedingt aus.

Ziel dieses zweiten Schrittes ist die Vertiefung so weit, dass bei einer ersten Kontaktaufnahme umrissen werden kann, worum es gehen soll. Bereits jetzt eine Absprache im Detail vorzusehen ist weder nötig noch sinnvoll (sonst besteht die Gefahr, dass später bereits die Luft raus ist). Sollte der/die InterviewpartnerIn tatsächlich detaillierter wissen wollen, was sie erwarten wird, kann ja durchaus ein zweites, vertiefendes Vorgespräch vereinbart werden. Schon jetzt die eigene Recherche bis ins Detail voranzutreiben würde erstens das Risiko vergeblicher Mühen bergen – schließlich stürzt ein guter Teil geplanter Interviews auch wieder ab, etwa weil kein Interviewpartner aufzutreiben ist. Darüber

3. Schon jetzt: Kontaktaufnahme

hinaus ist bei der Entscheidung zwischen eigener Vertiefung in die Recherche oder frühzeitigerer Kontaktaufnahme unbedingt für letzteres zu plädieren: Interviews schlagen auch immer wieder deshalb fehl, weil "xy gerade aus dem Haus gegangen ist!" Wäre früher Kontakt aufgenommen worden, hätte womöglich noch ein Telefontermin von unterwegs aus vereinbart werden können.

Beim ersten Kontakt mit dem anvisierten Interviewpartner stellt sich heraus, ob wir es mit einem medienerfahrenen Profi zu tun haben oder jemandem, der womöglich Lampenfieber hat bei der Vorstellung, im Radio zu sprechen. Hier hilft fast nur Erfahrung im Umgang mit Menschen: Während die PressesprecherIn eines Konzerns seriösen Umgang erwartet, ist es beim Gespräch mit von einer Industrieansiedlung Betroffenen eher erforderlich, Schwellenängste vor dem Umgang mit Medien zu nehmen.

Sollte sich herausstellen, dass die Suche nach einem Interviewpartner anderweitig fortgesetzt werden muss, können vielleicht zumindest brauchbare Vorschläge eingeholt werden ("Hätten Sie Vorschläge, bei wem sich ein Anruf lohnen könnte?"). Das schlechteste Ergebnis ist es, aufzulegen ohne bereits den nächsten Schritt angepeilt zu haben. Im Idealfall hat der/die InterviewpartnerIn zugesagt, Termin und Sendeerlaubnis sind vereinbart, womöglich wird noch eine aktuelle Presseerklärung oder ein Flugblatt gefaxt oder gemailt.

4. Erst jetzt: vertiefende Vorbereitung

Nun kann die gezielte Vorbereitung in der Sache, die Fortsetzung der unter Punkt 2 angefangenen Arbeit, beginnen. Argumente müssen überlegt, auch über Kreuz geprüft werden. Auch innerhalb des jeweiligen politischen Spektrums herrschen Meinungsverschiedenheiten: diese einzuarbeiten erzeugt Spannung. Wer jemals Haus- oder Seminararbeiten geschrieben hat weiß jedoch, wie schnell Informationen unübersichtlich werden, das Thema droht eineN zu erschlagen. Welch ein Glück, dass wir nur ein Interview planen! Nach dem Motto "Je eingrenzter der Stoff, desto größer der Informationswert" sollten wir unbedingt vermeiden, das Interview zu überladen. Dies würde zur Oberflächlichkeit zwingen, gedient wäre niemandem. Oft reicht es aus, den Schwerpunkt beispielsweise auf drei Aspekte eines Themas zu legen statt sich um Vollständigkeit zu bemühen. Wir schreiben keine Doktorarbeit, die HörerInnen schon gar nicht. Ziel dieses Arbeitsschrittes ist die Begrenzung und damit Schwerpunktsetzung innerhalb des Themas.

5. Der Stichwortzettel

Auf den Punkt gebracht! Die gesamte Vorarbeit dürfte nun auf ein kleines Karteikärtchen passen. Die Basisinformationen im Interview einzuholen ist wenig spannend. Sie gehören in den Vorspann, die Anmoderation. Die genannten drei Aspekte als Stichworte notiert - egal ob das Interview am Telefon, im Studio oder unterwegs stattfindet - helfen, den roten Faden in der Hand zu behalten, lassen aber den Kopf frei zum Zuhören und direkten Nachfragen. Mehr nicht: Jegliches "aha", "hm", "ja" ist später absolut störend, gefordert ist stummes Zuhören.

4. Rotlicht ...

Erste Phase

Nach dem Eintreffen beim Interviewpartner stehen "vertrauensbildende Maßnahmen" im Mittelpunkt: Einige Worte zum (angenehmen) Erscheinungsbild der Firma, zur Stimmung bei der laufenden Sitzung tragen zur Entspannung bei. Aufnahmegeräte sind komplett eingerichtet, Kabelsalat und Suche nach der Minidisk in den Untiefen des Rucksacks würden stören.

Zweite Phase

Mit einer deutlichen Zäsur wird das Interview selbst eingeleitet: Ab sofort hat der/die InterviewerIn die Situation in der Hand, der "Hausherr" ist Gast in seinem eigenen Büro. Dieser Rollenwechsel lässt sich deutlich machen über Hinweise wie "Nehmen Sie doch bitte hier Platz, das ist für die Aufnahme günstiger ..."

Beim Telefoninterview muss die kurzweilige Stimmung der vorangegangenen Phase Platz machen für den Hinweis "Die Aufnahme läuft jetzt." Die (gegebenenfalls provisorische) Anmoderation verdeutlicht den "Ernstfall".

Wird das Interview im Stehen geführt ist eine Anordnung über Eck (statt frontal gegenüber) günstig. Das Mikrofon haltet ihr in der dem Interviewpartner zugewandten Hand, ein leichter Schwenk zur jeweiligen Ausrichtung genügt. Und: Gebt ihr das Mikrofon aus der Hand gebt ihr die Regie gleich mit ab!

Dritte Phase

Auch das Ende des Interviews will überlegt sein: eine pointierte Schlussfrage, Resüme oder Ausblick. Im Live-Interview Name und (korrekte!) Funktion des Interviewpartners, Verabschiedung.

5. Bearbeitung und Nachbearbeiten

Schneiden verändert
die Aussage

Was das? Wenn die ganze Sache live über die Bühne ging zumindest teilweise. Gerade AnfängerInnen werden Interviews jedoch häufig vorproduzieren. Dann gehts jetzt ans schneiden - mehr oder weniger ausführlich. Je nachdem wie gut das Interview gelungen ist, ob mensch alle Aspekte drin lassen will, für welchen Zweck das Interview verwendet wird. Doch Vorsicht: Jeder Schnitt verändert explizit (durch Entfernen einzelner Passagen) und implizit (durch Veränderungen im Sprachfluss, etwa durch entfernen von "ähs" und Pausen) die Aussage des Interviews. Deshalb bei stärkeren Kürzungen oder drastischem Umbau überlegen, ob der/die InterviewpartnerIn darüber informiert werden sollte.

Ist das Interview zu lang geworden (was gerade bei AnfängerInnen häufig geschieht), so fällt bei diesem Arbeitsschritt die Entscheidung, welche Teile des Interviews gesendet werden sollen und welche wegfallen.

Schneiden:
mit Minidisk oder per
Computer?

Geschnitten wird zur Zeit hauptsächlich mit zwei Methoden: Eher zum Grobschnitt geeignet, eher umständlich ist das schneiden mit Minidisk (MD). Die Notfalllösung für unterwegs: Das Interview wird direkt auf der Original-Minidisk bearbeitet.

Viel präziser und mit etwas Übung auch viel flotter ist der Schnitt am Computer. Weitere Vorteile: Arbeitsschritte können leicht wieder rückgängig gemacht werden, Schnitte können "vorgehört" werden, es wird quasi simuliert obs so wie gedacht auch wirklich taugt.

Ziel:
die Auswahl

All diese Methoden verfolgen auf handwerklich unterschiedlichen Pfaden ein gemeinsames Ziel: eine Auswahl herzustellen unter inhaltlichen und ästhetischen Gesichtspunkten. Hier zeigt sich erneut, wie gesteuert und konstruiert selbst das Interview ist. Die Ideologie der "objektiven Berichterstattung" ist schon in dem Moment ad absurdum geführt, wo nur das Zögern eines Interviewpartners eliminiert wird - auch das Zögern ist eine Aussage.

1.
Das Protokoll

Erster Schritt hin zu der Auswahl was drin bleibt und was weg fällt, ist die Erstellung eines Interview-Protokolls. In einer groben Skizzierung werden Fragen und zentrale Aussagen stichwortartig und mit Zeitangaben notiert.

2. Was bleibt drin, was fällt raus?

Einer der schwierigsten Schritte beim Bearbeiten ist die Entscheidung bestimmte Passagen wegzulassen. Wer sich in ein Thema eingearbeitet hat, tut sich schwer damit, ganze inhaltliche Stränge unter den Teppich zu kehren. Nur: Auch das ganze, ausführliche Interview berücksichtigt nur einen Ausschnitt eines in Wirklichkeit noch umfänglicheren Themenkomplexes. Mit anderen Worten: Es wird immer eine Auswahl getroffen. Die redaktionelle Arbeit bei diesem Schritt ist also das Setzen von Prioritäten oder umgekehrt das sich Verabschieden von der ein oder anderen Passage.

Geschehen sollte das unter zwei Gesichtspunkten:

- **Inhaltlich:** Ganz am Anfang steht die Entscheidung für eine bestimmte Zielsetzung des Beitrags. An ihr festzuhalten - oder nur ganz gezielt Veränderungen vorzunehmen - bringt für sich selbst als auch für die HörerInnen den Vorteil, dass ein roter Faden erkennbar ist. Ein klarer Aufbau ist auch entscheidend dafür, dass die Aussagen – sowohl von InterviewerIn als auch des/der Interviewten - verstanden werden.
- **Formal:** Wenn eigentlich wichtige Inhalte sprachlich unklar formuliert sind, wenn Versprecher oder technische Probleme Aussagen unverständlich werden lassen, sollten wir uns von der entsprechenden Passage verabschieden. Was bei konzentriertem Zuhören mit Kopfhörer vielleicht noch akzeptabel klingt, geht zu Hause in den Umgebungsgerauschen unter, schlimmstenfalls nervt schlechte Technik und führt zum Abschalten. Fällt euch derartiges schon während des Interviews auf: Keine Scheu einfach nachzufragen, ob die entsprechende Frage-Antwort-Passage nicht ein zweites Mal versucht werden kann.

Sind die misslungenen Passagen so zentral, dass sie nicht unter den Tisch fallen dürfen, gibts verschiedene Ausweichmöglichkeiten:

- Bestimmte Inhalte können gerafft bereits in der Anmoderation untergebracht werden.
- Sind Fragestellungen unglücklich verlaufen, können sie im Notfall nochmals "nachgestellt" werden; wird das Interview insgesamt als unbefriedigend eingeschätzt, bleibt noch die Möglichkeit, in eine vollkommen andere Beitrags-Gattung auszuweichen und das misslungene Interview zum gebauten Beitrag zu montieren.
- Werden erhebliche Teile des Interviews - etwa aus Zeitgründen - nicht gesendet, kann mensch das Thema in einer späteren Sendung erneut aufgreifen.
- Möglicherweise hat eine (andere) Fachredaktion Interesse am Thema

3. Nützlich: der Schnittplan

und möchte das Interview weiterverwenden.

Die letzten beiden Wege können durchaus auch "vorsätzlich" eingeschlagen werden: Im Rahmen interredaktioneller Zusammenarbeit kann das Gesamtprogramm stark profitieren, wenn Teile von Interviews mehrfach oder in unterschiedlichen Kontexten verwendet werden.

Wird nicht (notfalls) direkt auf der Original-Minidisk geschnitten, sondern noch mal überspielt, ist ein Schnittplan von Nutzen. Mit Hilfe der Zeitangaben im Protokoll werden die ausgewählten Passagen erneut angehört und deren Anfangs- und End-Worte mitsamt exakter Zeitangabe notiert.

Beispiel: Hier sollen aus einem längeren Interview folgende drei Passagen überspielt werden.

00:51 "Seit mehreren Jahren ..." bis 01:23 "... keine Lösung."

02:47 "Warum aber ..." bis 03:31 "... Hauptsache."

04:15 Andererseits ..." bis 04:58 "... für dieses Gespräch."

So eindeutig notiert können die ausgewählten Stellen exakt aufgenommen werden, sendefähige Schnitte auch mit Minidisk produziert werden.

4. Anmoderation: der Türöffner

Gerne unterschätzt in ihrer Wichtigkeit ist die "Anmoderation" eines Beitrags. Darunter zu verstehen ist der kurze Text ("Vorspann"), der den HörerInnen den Einstieg in die Thematik erleichtert. Beim Schreiben solltet ihr im Hinterkopf haben, dass Radio meist nebenbei gehört wird. Unbedingt: Das Thema, um das es nun gehen soll, klar und präsent machen. Anmoderationen sind die Türöffner zu den Köpfen der HörerInnen, sind sie schlecht durchdacht, leidet selbst das beste Interview. Solche Moderationstexte sollten immer als (gut lesbarer) Text vorliegen, sie sollen Interesse wecken und all die Informationen liefern, die nötig sind, um das Interview zu verstehen (vgl. hierzu die detaillierteren Ausführungen in den Materialien "Schreiben fürs Sprechen"). Obligatorisch ist die Vorstellung des/der GesprächspartnerIn mit Namen und Funktion. Überflüssig sind Floskeln wie "Wir kommen jetzt zum nächsten Beitrag" - warum nicht direkt von der Anmoderation zur ersten Antwort überleiten? Auch "Soweit unser Telefongespräch" ist keine sonderlich elegante Verabschiedung.

5. Letzte Handgriffe

Wenn nun tatsächlich alles im Kasten ist, sollte noch zweierlei getan werden:

Die Minidisk (nicht die Hülle) unbedingt beschriften (Stichwort genügt).

Zur Minidisk gehört jetzt noch der Beipackzettel: mit Angaben zum richtigen Track, der Länge des Interviews und gegebenenfalls technischen Angaben.

Ähnliches gilt bei am Computer geschnittenen Interviews: Unbedingt notieren, wie die Datei heißt und wo genau sie zu finden ist.

Abschließend noch überlegen, ob das Interview nicht Nachrichtenwert hat: Eine kurze Mitteilung oder gar ein ausführlicherer Text an andere Redaktionen, Radios oder befreundete Zeitungsprojekte setzt der geleisteten Arbeit das I-Tüpfchen auf.

6. Die Aufnahmetechnik

Oft miese Qualität: Außenaufnahmen

Bei Aufnahmen außerhalb des Studios gibts häufig Probleme mit Nebengeräuschen: Im Gegensatz zu den Radio-Räumen sind Büros nicht schallisoliert, bei Außenaufnahmen ist die Situation am krassen. Gegen (häufige) Wind-Geräusche unbedingt einen Schaumstoff-Schutz auf dem Mikrofon verwenden!

Art und Intensität der Nebengeräusche zu erfassen ermöglicht der Kopfhörer: Ihn zu tragen ist gewissermaßen "Pflicht". Auch der Abstand des Mikrofons vom Mund entscheidet über die Qualität der Aufnahme: Je kürzer der Abstand um so weiter lassen sich - durch das Zurücknehmen des Aufnahmepegel-Reglers - die Nebengeräusche reduzieren. Als Faustregel gilt hier eine "Kulilänge", dies ergibt einen angenehm präsenten Klang. Je weiter der Abstand, um so stärker fällt der unangenehme Raumhall ins Gewicht. Das Mikrofon auf den Tisch gestellt liefert schlechte Ergebnisse.

Lange Leitung: Telefoninterview

Die Qualität von Telefoninterviews wird maßgeblich von der Qualität der Leitung bestimmt: Ist die Verbindung schlecht, empfiehlt sich ein zweiter Anruf, mit etwas Glück ist die Verbindung dann besser. Bittet eureN InterviewpartnerIn ruhig den Telefonhörer möglichst nah an den Mund zu nehmen. AuslandskorrespondentInnen schwören darauf, den Hörer direkt vor dem Mund noch fest zu umklammern. Im Studio sollte - wegen des eingeschränkten Frequenzganges - die Telefonstimme ca. 3 db höher angesteuert werden als die Studiostimme. Dies ergibt ein scheinbar ausgewogenes, angenehmes Lautstärkenverhältnis. Notfalls kann hier noch beim Schneiden nachgeholfen werden.

Vorher: ein Blick auf die Technik

Bleibt noch der Hinweis, dass eine Probeaufnahme vor dem Interview - auch für routinierte Radio-MacherInnen - Sinn macht. Dabei können in Ruhe die entsprechenden Einstellungen am Gerät vorgenommen werden, eventuell auftauchende technische Probleme sind jetzt noch einfach zu beheben. Transportable Geräte sind anfällig für Störungen, ein harmloser Wackelkontakt am Mikrofon-Anschluss wird dann zur Panne, wenn er erst vor den Augen des/der InterviewpartnerIn bemerkt wird.

Literatur für Radioleute

La Roche, Walther von / Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München 1993, List Verlag.

Klassischer Journalismus-Begriff, erstklassige Vermittlung handwerklicher Grundkenntnisse nicht nur in Sachen "Sprache".

Häusermann, Jürg / Käppeli, Heiner: Rhetorik für Radio und Fernsehen: Regeln und Beispiele für mediengerechtes Schreiben, Sprechen, Informieren, Kommentieren, Interviewen, Moderieren. Aarau / Frankfurt a. M. 1986.

Kritischerer Ansatz, sehr fundiert in Sachen "Sprache". Im ersten Teil des Buches werden Regeln für verständliche und attraktive Sprache aufgestellt, der zweite Teil enthält Kapitel zu wichtigen (Text-) Formen in Radio und Fernsehen, wie z. B. Nachricht, Bericht, Kommentar, Interview und Moderation.

Haller, Michael: Das Interview. Ein Handbuch für Journalisten. Konstanz 2001, UVK Verlagsgesellschaft.

Sehr fundiert, sehr facettenreich, sehr umfassend. Widmet sich einzelnen Frageformen ebenso wie der Verwendung des geführten Interviews in Hörfunk aber auch Print.

Arnold, Bernd-Peter: ABC des Hörfunks. Konstanz 1991, UVK Verlagsgesellschaft.

Als Alternative zu "La Roche, Radiojournalismus" denkbar.

Oeckl: Taschenbuch des Öffentlichen Lebens. Bonn, erscheint jährlich. Festland Verlag.

Liefert Informationen zu über 20.000 Kontaktpersonen und über 10.000 Institutionen und Verbänden mit Postanschrift, Telefonnummer und Internetadresse sowie zahlreichen Zusatzinformationen.

Inhalt

1. Das Interview	2
2. Die Steuerung des Dialogs	5
3. Fünf Schritte Vorbereitung	9
4. Rotlicht ...	12
5. Bearbeitung und Nachbearbeitung	13
6. Die Aufnahmetechnik	17
Literatur für Radioleute	18

Die Materialien dieser Reihe entstanden im Auftrag der AFF (Assoziation Freier Gesellschaftsfunk Baden Württemberg, <http://www.aff-bawue.org/>), wurden im Rahmen des Projektes 'Soundnezz' weiterentwickelt (<http://www.soundnezz.de>), und stehen als Teil des GNU-Projektes unter Copyleft (<http://www.gnu.org/copyleft/copyleft.de.html>)" Sie stehen in diversen Dateiformaten unter <http://www.mediensyndikat.de> zum Download bereit.