

Vorwort zur vierten Auflage

Das Interview ist ein wichtiger Bestandteil journalistischer Arbeit. Interviews dienen vielen Zielen, sie reichen von der aktuellen Information zu einer politischen Entscheidung über das Studiogespräch bis zur Talkshow. Was der Journalist mitbringen muss, ist vor allem seine Neugierde auf die Antworten des Befragten, ebenso die Fähigkeit, zuzuhören, aufgrund seiner Recherche gute Fragen zu stellen und die Antworten mit den zuvor recherchierten Informationen zu vergleichen.

Interviewen ist keine Kunst, sondern zunächst einmal ein Handwerk – erlernbar wie die Klempnerei. Hier wie dort gibt es bessere und schlechtere Klempnerarbeit. Dieses Buch soll das Handwerk vermitteln.

Entstanden ist das Buch aufgrund praktischer Erfahrungen. Seit mehr als dreißig Jahren trainieren wir Journalisten in Seminaren zum Interview (und gelegentlich zur Recherche). Es sind überwiegend Seminare für Journalisten der ARD und des ZDF, die von der ARD.ZDF Medienakademie (vormals ZFP), organisiert werden, aber auch Seminare in einzelnen Anstalten der ARD, in der Filmakademie Baden-Württemberg, der Hamburg MediaSchool, der Konrad-Adenauer-Stiftung und in der Journalistenschule Ruhr. Ferner waren es Seminare mit Interviews mit „Rechten“ (zusammen mit Alexander Kobylinski), zur Person (zusammen mit Franz Wördemann) und zur Talkshow (zusammen mit Michael Geyer). In den Text sind auch die Erfahrungen eingegangen aus eigenen Interviews, die wir geführt oder gegeben haben, nicht zuletzt die Analyse von Interviews in Hörfunk und Fernsehen.

Was wir vorlegen, sind systematisierte Erfahrungen, Ergebnisse von Diskussionen mit Journalisten und Befragten – und sehr viele Rezepte. Mögen sie helfen, die journalistische Praxis zu verbessern und die Neigung zu raschen und dafür dramatisierten Produkten zu vermindern.

Wir verwenden ausschließlich Interviews, die gesendet oder – in wenigen Fällen – in einem unserer Trainingsseminare geführt wurden. Auch die Interpretationen der Beispiele entstammen den Diskussionen in mehreren Seminaren, in denen das jeweilige Interview lange erörtert und dann ein gemeinsames Urteil oder ein gemeinsames Rezept gefunden wurde.

Ausdrücklich möchten wir betonen, dass uns an den Beispielen nicht die jeweilige Person des Interviewers/der Interviewerin oder des Befragten interessieren, sondern das handwerkliche Problem, das sich im Einzelfall stellt. Wir wollen zeigen, wie sich die Interviewerin verhalten kann, um ein besseres Interview zu führen, d.h. das Interview für die Empfänger informativer und spannender zu machen. Information, Spannung und Gesprächswert eines Interviews halten wir für wichtig, da sie allein für die Empfänger nützlich sind; auf diese Ziele hin wurden die Rezepte formuliert. Wenngleich wir nur Beispiele aus Hörfunk und Fernsehen bringen, lassen sich doch die meisten Ratschläge auch auf die *Produktion* von Interviews für Printmedien übertragen.

Zwei Bemerkungen vorweg: Auch wenn wir uns im Text häufig auf eine Live-Situation beziehen, gelten die Ratschläge für alle Aufnahme-Situationen. Damit der Text besser lesbar ist, verwenden wir zumeist nur eine Form: Wir sprechen von „Interviewer“ oder von „Interviewerin“.

Wir danken den Teilnehmern und Teilnehmerinnen der vielen Seminare für ihre Ideen und die fruchtbaren Diskussionen über die richtige journalistische Form. Unser Dank gilt ebenso den vielen Gästen, die zu uns gekommen sind, um sich befragen zu lassen. Oft haben uns die gemeinsamen Gespräche mit ihnen nach den Interviews wichtige Einsichten darüber vermittelt, wie sie die Journalistin oder den Journalisten erleben, welche Fehler diese im Vorgespräch gemacht haben und wie sie interviewt werden wollen. Unser Dank gilt der ARD.ZDF Medienakademie sowie einzelnen Sendern der ARD, dem ZDF, ORF, der SRG und Yleisradio, für die wir die Seminare durchgeführt haben und durchführen. Unser sehr großer Dank gilt schließlich Petra Altendorf, die viele Interviews abgeschrieben, mit guten Ratschlägen korrigiert und das Manuskript gesetzt hat.

Wir freuen uns, nun die vierte, überarbeitete und mit neuen Interviews versehene Auflage vorzulegen.

Jürgen Friedrichs, Ulrich Schwinges
Köln/Hamburg, April 2015

Das journalistische Interview

Friedrichs, J.; Schwinges, U.

2016, VIII, 332 S., Softcover

ISBN: 978-3-531-19997-9