

# **Das Interview – ein gutes Mittel, die breite Öffentlichkeit zu erreichen**

Ein hohes Maß an Medienpräsenz braucht in der heutigen Zeit jedes Unternehmen – ohne geht es nicht. Sei es zur Mitarbeitergewinnung, zur Kundenbindung oder um sich mit einer guten Reputation von Marktbegleitern abzuheben – Öffentlichkeitsarbeit ist unabdingbar. Das Format „Interview“ ist dazu gut geeignet, wenn es gut vorbereitet ist.

Um auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen und die breite Öffentlichkeit zu erreichen, gibt es viele Möglichkeiten und unterschiedliche Formate. Das Interview ist eines davon und gilt als besonders attraktives Format.

Ein Interview kann für ein Printmedium, das Fernsehen, Radio oder ein Onlineformat geführt werden und stellt ein im wahrsten Sinne ansprechendes Format dar. Insbesondere ein Wortlaut-Interview ist ein lebendiges Mittel, um ein Thema gut verständlich rüberzubringen.

Erscheint das Interview im Wortlaut in einem Printmedium, kann der Adressat beim Lesen „hören“, da sich die geschriebenen Fragen und Antworten sehr an der gesprochenen Sprache orientieren. Bei einem Interview für Fernsehen oder Radio bekommen Zuschauer und Zuhörer einen direkten Eindruck von der Person, die die Fragen beantwortet. Ideal also, um die Reputation des Unternehmens darzustellen.

## **Die richtige Vorbereitung ist das A und O**

Wie jeder Schritt in die Öffentlichkeit bedarf auch ein Interview einer guten Vorbereitung. Dabei gilt es ein paar

Dinge zu beachten. Das Interview ist ein herausforderndes Format, selten schnell gemacht.

Daher sollte im ersten Schritt das Interviewthema intensiv und detailliert intern besprochen werden. Welche Botschaften und Inhalte sollen transportiert werden? Wie wird das Thema dargestellt? Kurze Sätze, klare Aussagen und keine ausführlichen Erklärungen.

Ein Interview ist kein Sachtext. Auf lange verschachtelte Sätze sollte man im Sinne einer guten Verständlichkeit verzichten. Antworten sollten so formuliert werden, wie man auch in einer ganz „normalen“ Gesprächssituation antworten würde. Allerdings: Umgangssprache ist ein Tabu.

## **Gesprächspartner und Medium gezielt auswählen**

Strategisch wichtig ist die Auswahl des Mediums und des Ansprechpartners. Wie ist das Thema, das transportiert werden soll, in dieser Publikation bisher aufgegriffen worden? Wer hat dazu geschrieben? Wurden Kommentare verfasst? Gibt es Angriffspunkte für die Publikation auf das Unternehmen, das das Interview sucht? Dies sind nur einige wesentliche Aspekte in der Vorbereitung auf das Interview.

## **Auf das richtige Wording kommt es an**

Die zu transportierenden Botschaften und Kernaussagen sind nach vorne zu stellen. Wortwahl und Sprache müssen für die Zielgruppe und die Publikation passen. Für ein Interview mit einer Regionalzeitung bedarf es folglich eines anderen Wordings als in einer Fachzeitschrift.

# Umgang mit Zitaten im Vorfeld klären

In Deutschland ist es nach wie vor üblich Zitate abzustimmen. Das sollte insbesondere bei einem Wortlaut-Interview noch einmal festgehalten werden. Aber auch für jedes andere Interview gilt es, diesen Punkt mit dem Journalisten im Vorfeld zum Termin abzuklären. Auch eine Aufzeichnung ist nicht ohne Zustimmung möglich.

Zu einer erfolgreichen Interviewführung gehören noch weitere Aspekte, bspw. Medientraining für den Interviewten, um Botschaften nachhaltig zu setzen, und Coaching, um die Journalisten(sprache) richtig zu verstehen.

Hinzu kommen eine Planung der Zweitverwertung des Interviews zur Nutzung für die eigene interne und externe Öffentlichkeitsarbeit oder auch der Umgang mit Copyrights.

Wenn Sie Fragen zur erfolgreichen Interviewführung haben oder jemanden suchen, der Ihnen in dieser Angelegenheit mit Rat und Tat zur Seite steht, können Sie sich gerne bei uns melden.

Ihre Elke Strothmann



**Die Agentur Strothmann GmbH** besteht seit 1996 und ist auf Public Relations und Eventmanagement für Kunden unterschiedlichster Branchen spezialisiert.

### **Kontakt**

Agentur Strothmann GmbH

Am Stadion 18-24, 51465 Bergisch Gladbach

Telefon: +49 2202 2807 20, Fax: +49 2202 2807 11

Mail: [strothmann@agentur-strothman.de](mailto:strothmann@agentur-strothman.de)

Website – Insights – Facebook – Podbean

Der Schwerpunkt der PR-Arbeit liegt auf der Unternehmenskommunikation in den Wirtschafts- und Finanzmedien. Ob national oder international, ob Großunternehmen oder mittelständischer Familienbetrieb: Wir unterstützen unsere Kunden bei der Stärkung der Reputation und Führung der Marke durch

- Pressearbeit
- Online-Kommunikation
- Interne Kommunikation
- Text und Kreation

Das versierte und erfahrene Event-Team arbeitet sowohl konzeptionell und kreativ als auch organisatorisch mit höchstem Qualitätsanspruch. Ob sportliche Aktivität oder Workshop: Wir kreieren das individuell zugeschnittene Event für

- Teambuilding, Mitarbeitermotivation
- Kundenbindung
- Betriebsfeiern, Kongresse

**Weitere Beiträge von Elke Strothmann**