

TEILNEHMERUNTERLAGEN MOTIVATIONS-SEMINAR
"HASTE TÖNE? BÜRGER MACHEN RADIO!"

Referenten: - Christoph Schaepler, Aachen

- SEMINARABLAUF -

Samstag

10.00 TEIL 1: UNTER UNS...

- Wir stellen uns vor, schildern unsere Erfahrungen mit dem und unsere Erwartungen an das Radio.

10.30 TEIL 2: ALLER ANFANG IST...

- Einführung: Die Arbeit mit dem Reportagegerät.
- Kleiner Interviewleitfaden.
- Praktische Übung: Interviewspiel.
- Auswertung, Kritik und Tips.

12.15 TEIL 3: WAS IST EIN O-TON?

- Kurze Einführung in die journalistischen Formen im Hörfunk

13.00 ERSTE REDAKTIONSKONFERENZ

- Aufteilung in Redaktionsgruppen nach Themenschwerpunkten.
- Aufgabenverteilung.
- Diskussion der Beiträge und Darstellungsformen/Themenbuchung.

14.00 TEIL 4: VOR ORT

- Praktische Übung: Redaktionsgruppen machen Kurzinterviews/Umfrage vor Ort (als Materialsammlung für O-Ton-Beiträge).
- Moderationsgruppe: Recherchen zu Live-Interviews u.a. Beiträgen.
- Nachrichtenredaktion: Informationssammlung.

17.00 TEIL 5: WIE WAR'S?

- Abhören der gesammelten O-Töne mit Auswertung und Kritik in Kleingruppen.
- Was verwerten wir für unsere Beiträge?
- Erstellen eines Schnittprotokolls.

18.30 TEIL 6: EIN BISSCHEN THEORIE GEFÄLLIG?

- Stilmittel: Ergänzende Einführung in die journalistischen Formen im Hörfunk

20.00 (In Eigenarbeit:)

- O-Töne für die Beiträge auswählen und notieren.
- Texte zu den O-Ton-Beiträgen entwerfen.

Sonntag

10.00 TEIL 7: VOM O-TON ZUM BEITRAG

- Für's Hören Schreiben: Wie?
- Hinweise zur Produktion der Beiträge im Studio/Verteilung der Studiozeiten.

11.00 - Praktische Übung: Text zu den O-Ton-Beiträgen schreiben.

- Produktion der Beiträge:

13.00 - 16.00 Grp.1 im Seminarraum (Schaepler)
Grp.2 im Studio (Neumärker)

16.00 REDAKTIONSKONFERENZ

- Gemeinsame Sendevorbereitung.
- Redaktion: Live-Beiträge?

- Moderatoren: Moderationstexte schreiben.
- Nachrichtenredaktion: Nachrichten aktualisieren.
- Musikredaktion: Musikauswahl. - Jingles, Trailer.
- Senderegie: Sendeablauf planen, Absprache Moderatoren und Technik.

19.00 TEIL 8: ACHTUNG ROTLICHT!

- Produktion eines Magazins unter Live-Bedingungen.

20.00 TEIL 9: WIE WAR'S? BLITZLICHT.

- Kritik und Anregungen.

"HASTE TÖNE?" - UNTERLAGEN DES MOTIVATIONS-SEMINARES FÜR KÜNFTIGE BÜRGERRADIO-MACHER/INNEN

zusammengestellt von Martin Bott und Chr. Schaeffler, (c) 1992 IGR-NRW

KLEINER INTERVIEWLEITFADEN

- Kurze Fragen stellen.
- Immer nur eine Frage stellen.
- Klar und präzise fragen.
- Bei Unklarheiten/Widersprüchen nachfragen.
- Höflich, aber zielstrebig fragen.
- Nicht (oder nur bewußt) provozieren.
- Bei Beleidigungen deutlich distanzieren.
- Gut vorbereiten:
 - Welches Thema?
 - Welche zentrale Frage(n)?
 - Welche Interviewstrategie ("Trichter" empfehlenswert: Vom Allgemeinen zum Besonderen.) ?
- "Dumme" Fragen sind oft die besten Fragen.
- Antworten besser mit aufmunterndem Kopfnicken als mit "mh" oder "hm" begleiten (reduziert die Schneidearbeit erheblich).
- Zeit lassen zum Antworten.
 - Aber: Unterbrechen, wenn Gesprächspartner ausschweift oder ausweicht.
 - Das Hörer-Interesse zählt!

WAS IST EIN O-TON ?

Kurze Einführung in die journalistischen Formen im Hörfunk

O-TON: Originalton. Aufnahme von Sprache, Lauten, Geräuschen, Musik vor Ort oder per Telefon. Was für die Zeitung das Zitat ist, das ist im Radio der O-Ton.

NACHRICHT: Knappe Meldung. Beantwortet kurz, möglichst präzise und sachlich die Fragen der Hörer an ein bestimmtes Ereignis.

7 W's: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Welche Quelle?

Das Wichtigste zuerst (Lead-Satz) bzw. so früh, wie möglich.

NACHRICHT MIT O-TON: Meldung mit eingefügtem Originalton-Zitat.

BERICHT: Sachlicher, informativer Beitrag. Vertieft die oberflächliche Information der Nachricht durch Darstellung von

- Vorgeschichte,
- Hintergrund,
- Einzelheiten,
- Folgen eines Ereignisses.

Absätze folgen nach abnehmender Wichtigkeit.

Klarer Aufbau erleichtert das Verständnis.

Kurzbericht, Bericht mit O-Ton, Korrespondenten-Bericht.

REPORTAGE: Erlebnis-Bericht. Reporter schildert ein Ereignis so, daß die Hörer sich selbst ein Bild davon machen können. Enthält Information und Schilderung.

KOMMENTAR: Kritischer Meinungsbeitrag. Will überzeugen/zur Urteilsbildung anregen und macht dazu die Meinung des Autors deutlich.

GLOSSE: Übertreibender, überspitzender Kurzkommentar...ist bewußt einseitig und will Meinungsmüde munter machen.

HÖRBILD: Vermittelt aus verschiedenen, zusammengesetzten Geräuschen, Stimmen, Klängen einen akkustischen Eindruck beliebiger Situationen (auch Collage).

FEATURE: Die "große Form" des Hörfunks. Umfassend angelegte Reportage, für die alle Darstellungsmittel des Hörfunks zur Verfügung stehen.

INTERVIEW: Gezielte Befragung als Teil der Recherche oder als eigenständige journalistische Darstellungsform. Sach-, Meinungs-, Personen-Interview.

Interview im Bürgerradio, Streitgespräch, Umfrage.

"EIN BISSCHEN THEORIE GEFÄLLIG ?"

Ergänzende Einführung in die journalistischen Formen im Hörfunk.

1. Die NACHRICHT

ist eine

- knappe
- möglichst präzise
- und sachliche
- Meldung
- eines Ereignisses oder Geschehens
- das für die Empfänger von Interesse ist.

Aufbau der Nachricht:

- Das Wichtigste zuerst! (Der "Lead-Satz" muß die entscheidende Frage des Hörers nach einem Ereignis beantworten.)

- Alle weiteren Informationen folgen, geordnet nach abnehmender Wichtigkeit, d.h.: je wichtiger eine Information, desto weiter vorne muß sie stehen (Gekürzt wird von hinten...).

- Die sieben W's beantworten (Die wichtigsten schon im "Lead-Satz!"): Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Evtl. auch: Welche Quelle?

- Zeitenfolge beachten: Nachricht grammatikalisch logisch und nachvollziehbar aufbauen.

- Kurz und gut verständlich schreiben (SIEHE: FÜR'S HÖREN SCHREIBEN).

Wann wird ein Ereignis zur Nachricht?

1. Ist es eine Neuigkeit?

Geschieht es evtl. unerwartet?

2. Ist es wirklich passiert?

Ist die Quelle zuverlässig?

3. Ist das Ereignis bedeutsam oder folgenschwer?

AKTUALITÄT

ÜBERRASCHUNG

WAHRHEIT

BEDEUTUNG

- | | |
|---|----------------------|
| 4. Ist es dem Hörer (räumlich/zeitlich) nah?
Steht es mit seinem Alltag, seinem Leben in Zusammenhang? | NÄHE |
| 5. Ruft es Schwierigkeiten oder Auseinandersetzungen hervor? | KONFLIKT |
| 6. Spricht es Gefühle an? | EMOTION |
| 7. Steht es in Beziehung zu anderen gerade aktuellen Themen oder Ereignissen? | KONTEXT |
| 8. Iwt es außergewöhnlich?
Evtl. gar exotisch? | KURIOSITÄT
EXOTIK |

(Nach: Fischer Lexikon der Publizistik)

Eine amerikanische Nachrichtendefinition lautet, "News is, what's different", d.h.: was sich in irgendeiner Weise vom Alltäglichen unterscheidet. So wird in einem Merksatz auch behauptet, die Mitteilung "Man bites dog" sei eine Nachricht, weil sie vom alltäglichen "Dog bites man" abweiche, ungewöhnlich und kurios sei. -

Wenn nur das Ungewöhnliche, Unnormale zur Nachricht werden kann, ist dann das Alltägliche nicht berichtenswert?

Nachrichten geben nur Ausschnitte der Wirklichkeit wieder! Und ab und zu sind sie nicht einmal wahr...

2. NACHRICHT mit O-Ton: Meldung mit eingefügtem Originalton-Zitat.

Belegt, illustriert, lockert auf. Bietet sich an bei Debatten, Diskussionen, Statements.

3. Der BERICHT: Sachlicher, informativer Beitrag.

Eine erweiterte Nachricht, die das WARUM verdeutlicht.

Der Bericht ist

- länger, deshalb ausführlicher und genauer als die Nachricht,
- informiert zusätzlich über Vorgeschichte, Hintergrund, Einzelheiten und Folgen eines Ereignisses,
- ist nach dem "Lead"-Prinzip aufgebaut: Nicht die Sätze (wie bei der Nachricht), sondern die Absätze werden nach Wichtigkeit geordnet.

Im ersten Satz steht das Wichtigste!

- zitiert, lässt Menschen zu Wort kommen!
- ist klar aufgebaut (nicht chronologisch, da ja das Wichtigste zuerst kommt; aber: zeitliche Abläufe müssen klar werden).

Es gibt den

- Kurzbericht (ca.1 min.)
- Bericht mit O-Ton (auch live, aber meist vorproduziert)
- Korrespondenten-Bericht (live per Telefon oder aufgezeichnet).

4. Die REPORTAGE: Erlebnis-Bericht.

Schildert anschaulich ein Ereignis, das der (die) Berichtende miterlebt, oder über das er (sie) sich informiert hat.

Die Reportage ergänzt Nachricht oder Bericht und will es den Hörern ermöglichen, sich ihr eigene Bild von einem Ereignis zu machen.

Reporter(innen)

- informieren (und bemühen sich dabei um möglichst objektive d.h.wahrheitsgemäße Berichterstattung),
- schildern, was sie sehen, hören, empfinden, spüren, riechen, schmecken...,
- teilen mit, was sie (vielleicht schon vor dem Ereignis) erfahren haben.

Der Aufbau der Reportage:

1. Schilderung und
2. informierender/untersuchender Teil (Urteil)
wechseln sich ab und können dabei unterschiedlich ausführlich sein.
Das Augenerlebnis wird mit (vorher recherchiertem) Wissen verbunden!

1. Schilderung:

- Durch "Einsehen" in die Situation vorbereiten (Wie sieht das aus? Wie drücke ich das aus? - Wörter vor der Aufnahme aussprechen und einprägen!)
- Ein- und Ausstieg überlegen (lebendig schildern; witzige oder spannende Szenen darstellen; Interesse wecken)
- "Roten Faden" einfallen lassen, um Reportage zu gliedern und den Hörern die Orientierung zu erleichtern.

2. Informierender/untersuchender Teil:

- Informationen
- Hintergrund
- Vorgeschichte
- Deutung, Wertung, Kommentar
- Ausblick?

Wie's lebendiger wird:

- Sprechtempo und Stimme variieren, Temperament zulassen!
- Mut zur Pause!
- Geräusche für sich selbst sprechen lassen (ggf. erklären).
- Eigene Person einbringen ("Ich" ist erwünscht! Eigener Stil!), normal bleiben.
- Unterschiedliche Ausschnitte für die Schilderung wählen - vom Detail ("7 Uhr 18 zeigt die weißlackierte Küchenuhr, die ich inmitten der Trümmer gefunden habe") bis zum Gesamtbild ("Von diesem Haus ist nur noch eine Ruine übriggeblieben...").
- Auf Geräusche achten und in die Reportage einbauen (O-Ton: Kurz-Interviews, Statements, Gesprächsfetzen, Umweltgeräusche usw.)

Vorbereitung auf eine Reportage:

1. Einsehen
2. Recherchieren
3. Ablauf überlegen
4. Stichworte notieren

Reportageanlässe sind z.B.

- Sportereignisse
 - Messen, Eröffnungen, Ausstellungen, Rundgänge
 - aktuelle Ereignisse
 - Unglücke, Katastrophen
 - Empfänge, Festveranstaltungen, offizielle Besuche
 - Situationsschilderungen (z.B. im Arbeitsamt, im Krankenhaus)
 - Besuche in Betrieben, Fabriken, bei Handwerkern, in Unternehmen und Behörden (z.B. "Reportagen aus der Arbeitswelt")
 - Märkte, Stadtfeste, Kirmes
 - Protestveranstaltungen, Diskussionen, Demonstrationen
- u.v.m.

5. Der KOMMENTAR: Kritischer Meinungsbeitrag.

Soll in möglichst überzeugender Form die Meinung des Autors (der Autorin) - zu einem meist aktuellen Ereignis - zum Ausdruck bringen und die Hörer dazu anregen, sich selbst ein Urteil zum Thema zu bilden.

6. Die GLOSSE: Übertreibender, überspitzender Kurzkommentar.

Macht sich lustig, ist ironisch, bissig, ungerecht, überrascht, verblüfft,

stößt vor den Kopf und soll meinungsmüde Hörer munter machen. Ein erwünscht einseitiger Beitrag, der einen Anstoß zur Diskussion aktueller Erscheinungen oder Ereignisse geben soll.

7. Das HÖRBILD (Collage):

Vermittelt aus verschiedenen, zusammengesetzten Geräuschen, Stimmen, Klängen einen akkustischen Eindruck beliebiger Situationen.

8. Das FEATURE (vom engl.to feature = profilieren, herausstellen):

Die "große Form" des Hörfunks. Eine umfassend angelegte Reportage zu einem bestimmten Thema, das der Autor (die Autorin) mit allen Darstellungsformen des Hörfunks bearbeiten kann.

Möglichkeiten:

- Auftreten mehrerer Sprecher, evtl.in unterschiedlichen Funktionen (z.B.Erzähler, Kommentator, Zitate-Sprecher),
- Verwenden von Bericht, Reportage, Kommentar, Glosse, Interview,
- Einfügen von Statements, Zitaten, O-Ton-Schnipseln,
- Musik, akkustischen Effekten, Hörspiel-Elementen.

Ziel: Eine möglichst spannend und interessant aufbereitete Analyse!

"Die Frage nach der Form stellt sich für jedes Thema neu" (Walther von La Roche)

9. Das INTERVIEW: Gezielte Befragung als Teil der Recherche oder als eigenständige journalistische Darstellungsform.

Oft: Gespräch zwischen einem, der viel fragen, und einem, der nichts sagen will. Oder doch?

Wichtig: Wer interviewt, tut dies im Auftrag der Hörer und sollte deren Fragen stellen!

Es gibt Interviews zur

- Sache (Auskunft über Thema)
 - Meinung (Bewertung eines Vorgangs oder einer Situation)
 - Person (Darstellung des/der Befragten)
- sowie Mischformen.

Alle Interviews sollen den Hörern vertiefende Informationen bieten, und dies unmittelbar, aus erster Hand.

Recherche-Interviews dienen dazu, für einen eigenen Beitrag Informationen

einzuholen oder zu überprüfen. Das Ergebnis dieser Gespräche kommt Hörern

erst später und in anderer Form zu Ohren (z.B. als Bericht mit darin enthaltenen, vorher per Interview erfragten Fakten).

Interviews können

- telefonisch,
- im Studio
- oder vor Ort geführt werden, und zwar
- mit einem oder
- mehreren Gesprächspartnern.

Interviews können

- live oder
- als Aufzeichnung,
- unverändert oder
- bearbeitet gesendet werden.

10. Das INTERVIEW IM BÜRGERRADIO: Gibt Betroffenen die Möglichkeit, als Radiomacher selbst Vertretern des öffentlichen Lebens (Politik, Verwaltung, Behörden) oder der Wirtschaft Fragen zu stellen, die ihrer Meinung nach bislang nicht beantwortet wurden. - Gute Interview-Technik hilft...

11. Das STREITGESPRÄCH: Eine Diskussion vor dem Mikrophon. Im Bürgerradio können sich daran auch die Hörer beteiligen (per Telefon!).

12. Die UMFRAGE: Eine Zusammenstellung aufgezeichneter oder live eingeholter Bürgermeinungen, oft zu einem aktuellen Ereignis. Die Umfrage wird meist auf der Straße gemacht. Wichtig: Umfragen - bei denen ja meist nicht mehr als ein, zwei Dutzend Menschen zu ihrer Meinung befragt werden - geben Trends wieder; sie sind keine wissenschaftlich zuverlässigen Meßinstrumente!

FÜR'S HÖREN SCHREIBEN

- Kurze Sätze. Übersichtliche Nebensätze.
- Verständlich und klar ausdrücken.
- Fremdwörter vermeiden. Möglicherweise unklare Begriffe erklären.
- Möglichst anschaulich ausdrücken (nach dem passenden Wort suchen!).
- Vorsicht bei Klischees und (falschen) Sprachbildern.
- Kein Behörden-Deutsch:
 - Hauptwort-Aneinanderreihungen vermeiden!
 - AKTIV statt Passiv!
- Namen nennen.
- Erläutern (Vorgeschichte, Zusammenhänge), um Bedeutung eines Ereignisses oder Geschehens klarzumachen.
- Mut zur ALLTAGSSPRACHE!

DEN TEXT ZUM O-TON-BEITRAG SCHREIBEN - WIE ?

1. Bandprotokoll: O-Töne in Stichworten notieren (Wer spricht? Was sagt er? Besonderheiten? Atmo?), dazu Zahlen auf dem Laufwerk notieren!
2. Auswahl der O-Töne: In Frage kommende O-Töne wörtlich mitschreiben, vergleichen, aussuchen.
3. Text entwerfen:
 - Was muß rein? Stichworte. - In welcher Reihenfolge?
 - Lebendiger/spannender Einstieg: Wie? (Evtl. O-Ton, Geräusch, Musik, witzige oder eindringliche Formulierung.)
 - Text formulieren. O-Töne an passenden Stellen einfügen.

HINWEISE ZUR SENDEVORBEREITUNG (MAGAZIN):

Die Moderation soll

- Hörer auf die Sendung einstimmen (Titelansage, Inhalt präsentieren),
- Hörer vor jedem Beitrag in das jeweilige Thema kurz einführen (Warum dieses Thema? Warum jetzt? Kontext/Zusammenhang/Vorgeschichte, die bekannt sind?),

- Namen der Autoren nennen!
- Den Text des Beitrages nicht wiederholen (deshalb: Moderationsvorschlag der Autoren!),
- Live-Reportagen oder Studiogäste ankündigen,
- Hörer durch die Sendung begleiten und sie unterhalten.

Der Sendelaufplan

listet alle einzelnen Beiträge der Sendung in der Reihenfolge auf, in der sie gesendet werden sollen (auch Moderation, Jingles, Musikstücke!).

NR. ... ART DES BEITRAGES ... TITEL/SPRECHER(IN) ... ZEIT ...

Ohne Laufplan sind Katastrophen im Sendeablauf von der Technik kaum zu vermeiden. Also: Ein Muß!

Die Zusammenarbeit mit der Technik:

Merke: Ohne Techniker(innen) entsteht keine Sendung!

Im Studio:

- Präzise Angaben (Welche O-Töne? Von - bis?)
- Vor'm Sprechen vor dem Mikrophon in den Text einlesen.
- Bei Versprechern: Kurze Pause, Satz wiederholen! (Natürlich nur bei Aufzeichnungen.)
- Handzeichen geben, und zwar deutlich, wenn O-Ton oder Beitrag eingespielt werden soll.

Und: Don't panic!

WIE MACHE ICH ... EIN INTERVIEW ? Tips.

1. Mit der Einleitung Hörerinteresse wecken:

- Warum dieser Gast?
- Zu welchem Thema?
- Warum ist das aktuell?

Kurze, einprägsame Anmoderation. Anknüpfen an etwas, das den Hörern bereits bekannt ist. Wichtiges in Erinnerung rufen.

2. Mit der Eingangsfrage dem Gesprächspartner Gelegenheit geben, sich und sein Anliegen (!) vor- bzw. darzustellen.

Deshalb eine offene Frage stellen, die die Antwort nicht in eine bestimmte Richtung lenkt. (Z.B.: "Was halten Sie von den Entwicklungen in...?") Ruhige, sachliche Atmosphäre schaffen.

Der Interviewpartner soll sich fair behandelt fühlen!

3. Mit den folgenden Fragen den Sachverhalt vertiefen, präzisieren. Immer vom Allgemeinen zum Besonderen fragen ("Trichter"-Methode) - die entscheidende Frage nicht zu Beginn stellen, sondern darauf hinarbeiten!

4. Immer nur eine Frage stellen (Geübte Interviewpartner beantworten sonst nur die Frage, die ihnen gelegen kommt!).

5. Möglichst präzise fragen (Auf unklare Fragen kann niemand klar antworten!).

6. Widersprüchliche oder unklare Antwort nicht einfach so stehen lassen:

- Eigenen Eindruck schildern ("Das habe ich nicht verstanden. Könnten Sie mir nochmal erklären, ...?" - "Ich habe das Gefühl, da weichen Sie mir aus..."),

- dann Frage wiederholen, ggf. etwas umformulieren oder zuspitzen.

- Will der Gesprächspartner wirklich nur nebelhaft oder gar nicht auf die gestellte Frage antworten, müssen die Hörer das merken!

7. Den Interviewpartner nicht zum -gegner machen. Wer durch unhöfliches, ggf.provozierendes Auftreten eine gereizte Atmosphäre schafft, kann das Interview nicht mehr steuern und erreicht selten sein Frageziel! Darum

- höflich und verbindlich in der Form bleiben, aber unbeirrbar und zielstrebig in der Sache;
- nicht aufregen oder provozieren lassen (Wenn jemand in die Luft geht, sollen das die Hörer sein!);
- Frechheiten - als scheinbar Unbeteiligter - in der 3.Person äußern (z.B."Herr Bundeskanzler, derzeit ist in Bonn zu hören...Was sagen Sie dazu?").

8. Nicht kommentieren; auf keinen Fall nachkarten (d.h.nach Abschluß des Gesprächs die eigene Meinung dazu nachschieben, ohne daß der Interviewpartner noch reagieren kann: wirkt extrem rechthaberisch und unfair. Zudem sind die Hörer meist mehr daran interessiert, die Meinung der/des Befragten zu erfahren...).

9. In Extremsituationen allerdings sofort reagieren und deutlich distanzieren (z.B. bei Beleidigungen, ausländischerfeindlichen Äußerungen, Aufforderung zu oder Gutheißen von Straftaten)!

10. Gut vorbereiten:

- Vor dem Interview über Thema und Gesprächspartner informieren (Aus dem Archiv, aus Agenturmaterial, Literatur, Gesprächen, Eigen-Recherche usw.).
- Interview-Strategie zurechtlegen (Frageziel: WAS will ich wissen? Abfolge der Fragen: WIE erfahre ich's?). Interview-Verlauf vorher gedanklich durchspielen.
- Fragen stichwortartig vorformulieren (Stichworte einprägen, die Liste dann im Kopf gedanklich abhaken).
- Ggf.Vorgespräch mit dem Interviewpartner führen (Formalia: Dauer und Sendepunkt des Interviews; Thema, über das gesprochen werden soll; Fragen kurz anreißen; Sicherheit vermitteln).

11.Flexibel reagieren: Jeweils aus der Antwort die nächste Frage entwickeln.

12.Mut zu dummen Fragen (Wiegt besonders mißtrauische und geübte Gesprächspartner bei heiklen Themen in Sicherheit. Ihr Überlegenheitsgefühl macht sie dann oft unvorsichtig: Anschließend sind sie mit sachkundigen/präzisen Fragen leichter zu überraschen und ggf.in die Zange zu nehmen - wenn das mal notwendig ist.). Generell gilt: Naive Fragen sind immer berechtigt. Auch die Hörer sind keine Experten!

13.Keine Panik bei "Black-Outs": Mit Floskeln Zeit zum Nachdenken gewinnen (z.B. die Antwort wiederholen) oder einfach zugeben, "Oh, jetzt hab' ich gerade den Faden verloren. Lassen Sie mich kurz überlegen..."

14.Zustimmende, mitfühlende oder nachdenkliche "hm"s oder "mh"s vermeiden (Kopfnicken reicht auch): Kann die Hörer nerven und ist später - soll das Interview bearbeitet werden - kaum mehr 'rauszuschneiden!

15.Die Fragen bewußt einsetzen, um das Interview zu strukturieren und zu steuern:

- offene Frage (idealer Anfang, z.B.: "Was halten Sie von dem Plan, ...?): läßt viel Spielraum für die Antwort, gibt nur das Thema vor;
- geschlossene Frage (z.B. "Halten Sie den Plan für gut,...ß"): grenzt Antwortmöglichkeit ein, legt Interviewpartner auf bestimmten Aspekt des Themas fest;

- Alternativ- oder Entscheidungsfrage (z.B. "Stimmen Sie diesem Plan zu oder nicht?"): will Befragte/n dazu veranlassen, sich auf eine Alternative, eine Wertung festzulegen;

- Gründe-Frage (z.B. "Warum halten Sie diesen Plan für gut?"): fordert dazu auf, Gründe/Argumente zu nennen;

- Suggestiv- oder Fangfrage (z.B. "Da Sie diesen nicht gerade umweltfreundlichen Plan für gutheißen, spielen für Sie wohl in erster Linie wirtschaftliche Überlegungen eine Rolle?"): Will Befragte/n dazu verleiten, ein in der Frage verstecktes (untergeschobenes) Werturteil zu übernehmen, das er/sie sonst zurückweisen würde. Oder: Will ihm/ihr eine bestimmte Antwort unterschieben und damit überrumpeln. - Sparsam verwenden!

- Skala-Frage (z.B. "Finden Sie diesen Plan nun gut, brauchbar oder schlecht?"): Soll Befragte/n dazu bringen, sich möglichst genau - auf einer Skala vorgegebener Antwortmöglichkeiten - festzulegen.

- Bestätigungsfrage (z.B. "Sie halten den Plan also für gut, weil...?"): schließt einen vorher behandelten Aspekt ab, indem sie zu einer bestätigenden Antwort (und ggf.näherer Erläuterung) auffordert;

- Frage mit Balkon: Vor der eigentlichen Frage teilt der Interviewer kurz und sachlich zusammengefaßt mit, was die Hörer wissen müssen, um die Frage zu verstehen.

16. Nicht einschüchtern lassen!
=====