

Jürgen Friedrichs · Ulrich Schwinges

Das journalistische Interview

Jürgen Friedrichs · Ulrich Schwinges

# Das journalistische Interview

2., überarbeitete Auflage



**VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN**



VS Verlag für Sozialwissenschaften  
Entstanden mit Beginn des Jahres 2004 aus den beiden Häusern  
Leske+Budrich und Westdeutscher Verlag.  
Die breite Basis für sozialwissenschaftliches Publizieren

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek  
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;  
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

1. Auflage Oktober 1999 (erschieden im Westdeutschen Verlag Wiesbaden)
- 2., überarbeitete Auflage August 2005

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2005  
Softcover reprint of the hardcover 2nd edition 2005

Lektorat: Barbara Emig-Roller

Der VS Verlag für Sozialwissenschaften ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.  
[www.vs-verlag.de](http://www.vs-verlag.de)



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

ISBN 978-3-531-33425-7      ISBN 978-3-531-90344-6 (eBook)  
DOI 10.1007/978-3-531-90344-6

# Inhalt

<b>Vorwort zur Zweiten Auflage.....</b>	<b>7</b>
<b>Einführung .....</b>	<b>9</b>
1. Interviewen – Handwerk und keine Kunst .....	9
2. Probleme der Journalisten .....	11
3. Interviews - Wozu?.....	12
4. Die zwei Ebenen des Interviews.....	19
5. Die Interview-Situation .....	20
<b>Grundlagen.....</b>	<b>34</b>
6. Vorbereitung und Konzept .....	34
7. Vorgespräch.....	53
8. Anfang und Ende .....	59
9. Wie man in den Wald ruft .....	64
10. Fragearten .....	71
11. Nachfragen .....	96
12. Unterbrechen .....	112
13. Kontroverses Interview .....	121
14. Wider den Verlautbarungsjournalismus.....	180
15. Telefonisches Interview .....	189
16. Checkliste zur Qualität eines Interviews .....	194
<b>Aufbauendes.....</b>	<b>196</b>
17. Nonverbale Kommunikation .....	196
18. Aktives Zuhören .....	206
19. Befragten-Verhalten und Interviewer-Strategien .....	209
20. Was Empfänger denken.....	211
21. Das Recherche-Interview .....	222

---

<b>Interviews zur Person.....</b>	<b>224</b>
22. Das kurze Interview zur Sache und Person .....	224
23. Das Interview in der Talkshow.....	252
24. Das lange Interview zur Person .....	281
<b>Nachwort: Wie jetzt? .....</b>	<b>321</b>
<b>Verzeichnis der Interview-Beispiele .....</b>	<b>322</b>
<b>Literatur zum Interview .....</b>	<b>323</b>

## **Vorwort zur zweiten 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 fünfundzwanzig 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 Zentralen Fortbildung Programmitarbeiter ARD/ZDF (ZFP), Wiesbaden und Hannover, organisiert werden, aber auch Seminare in einzelnen Anstalten der ARD, in der Hörfunkakademie, der Konrad-Adenauer-Stiftung und in der Journalistenschule Ruhr. Ferner waren es Seminare mit Interviews 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 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 oder des Befragten interessieren, sondern das handwerkliche Problem, das sich im Einzelfall stellt.* Wir wollen zeigen, wie sich der Interviewer 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 ZFP 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 und mit vielen guten Ratschlägen korrigiert hat.

Jürgen Friedrichs, Ulrich Schwinges  
Köln/Hamburg, Juni 2005