



HAUFE.

**TASCHEN GUIDE
plus**

Karsten Bredemeier

Die Kunst der klaren Kommunikation

250 professionelle Rhetorik-Tipps

So erzielen Sie Publikumswirksamkeit

- Das A und O ist eine langfristige und exzellente Vorbereitung.
- Formulieren Sie Ihre zentralen Gedanken schriftlich und sprechen Sie sich diese vor Ihrem Auftritt mehrfach laut vor.
- Nehmen Sie nur so viele Unterlagen wie nötig mit.
- Wählen Sie ein einleitendes Statement, eine zentrale Aussage.
- Konzentrieren Sie sich auf Ihre Gesprächspartner oder das Auditorium, indem Sie beispielsweise auf übertriebene Begrüßungsfloskeln, Höflichkeitsformulierungen oder minutenlange Begrüßungsrituale verzichten.
- Fokussieren Sie aus Sicht des Publikums den Kontext der thematischen Sendung. Beispiel: »Das Publikum fragt sich: Wie sichern wir unsere Rente? Die Frage beantworten wir und machen bewusst, wie sich eine Rentenlücke im Alter auswirkt ...!«
- Diskutieren Sie aus Sicht Ihres Unternehmens und aus Sicht des Publikums, als Anwalt Ihrer Kunden oder der Verbraucher
- Bringen Sie Argumente und einleuchtende Beispiele auch aus Sicht derer, die nur begrenzt Zugang zum Thema haben.
- Lesen Sie nichts ab, es sei denn, Sie zitieren andere oder es kommt auf den genauen Wortlaut an, wie beispielsweise bei Gesetzestexten.
- Gestehen Sie gerne auch Fehler ein ... und ergänzen Sie dann Ihre Lernerfahrung daraus.
- Bleiben Sie fair und offen gegenüber Mitdiskutanten, auch wenn Sie sich auf der »Siegerstraße« befinden.
- Lassen Sie andere ausreden. Schütteln Sie aber bei negativen Aussagen demonstrativ den Kopf.
- Korrigieren Sie gerne einmal den Moderator, jedoch nur sachlich und wohltdosiert.
- Wir ver(sch)wenden Worte, damit wir Mitmenschen beeindrucken, die wir weder mögen noch brauchen. Es ist *quality time*, die Sie bei einem

Wortgefecht opfern. Lohnt es sich? Wenn »Ja«, dann sagen Sie es, wenn »Nein«, dann lassen Sie es. Ausnahme: Strafen Sie Frechheiten ab!

- Sagen Sie immer die Wahrheit ..., aber Sie müssen nicht immer alles sagen!
- Bringen Sie Ihr bestes Argument am Anfang und wiederholen Sie es in der Folge mindestens drei Mal.
- Nennen Sie Ihr Gegenüber beim Namen: am Anfang eines Statements, um seine Aufmerksamkeit zu gewinnen, am Ende des Satzes, um seine Zustimmung einzufordern bzw. um ihn zu einer Antwort zu animieren.
- Halten Sie konsequent Blickkontakt zum Moderator oder einem anderen Gast. Ein offener und direkter Blick verschafft Ihnen Authentizität und Glaubwürdigkeit.
- Sprechen Sie langsam.
- Fokussieren Sie auf Ihre Argumente, Kernbotschaft und Beispiele – wiederholen Sie diese.
- Vermeiden Sie Fremdwörter. Wenn es ausnahmsweise ohne nicht geht, ergänzen Sie diese durch eine Übersetzung.

So setzen Sie sich ins richtige Licht: Verhalten vor der Kamera

- Checken Sie den Hintergrund bei Aufnahmen ab – ist er neutral oder lenken Bilder, Farben etc. ab?
- Ideal sind Sie im Bild, wenn die Kamera Sie mit einem leichten Unterwinkel in Gesichtshöhe aufnimmt. Der ideale Aufnahmebereich liegt bei -7 Grad.
- Negativer Gesamteindruck entsteht durch eine Vogel-/ Froschperspektive der Kamera, denn beide Perspektiven verzerren Ihr Aussehen.
- Halten Sie Blickkontakt zu Ihrem Interviewpartner, wenn er Ihnen Fragen stellt. Schauen Sie also nur zu ihm. Sehen Sie nur dann in die Kamera, wenn Sie ein direktes Statement abgeben.
- Vermeiden Sie den Blickkontakt zu bekannten Personen im Publikum, denn das kann mögliche Irritationen bei den Zuschauern hervorrufen.
- Denken Sie an ein offenes und herzliches Lächeln, wenn Sie über positive Themen sprechen. Das erzeugt bei den Zuschauern Sympathie.

- Achten Sie auch auf Ihren Gesichtsausdruck vor Beginn und nach dem Ende der Aufnahme. Manchmal läuft die Aufzeichnung nämlich deutlich länger – vorher und nachher.
- Gestikulieren Sie nach vorne, vor Ihrem Körper, zur Kamera oder Ihrem Gesprächspartner hin.
- Brillen erzeugen Lichtreflexe vor der Kamera. Verzichten Sie also, wenn möglich, auf die Sehhilfe.
- Statt eines Handmikrofons wählen Sie lieber ein Ansteckmikrofon.
- Ist das Handmikrofon ein Muss? Dann gehört es in Ihre »schwächere Hand«. Halten Sie es immer in Brusthöhe.
- Wechseln Sie vor der Aufnahme noch einige herzliche Worte mit den Leuten, die Sie »in Szene setzen«. Das zeigt Wertschätzung und bringt letztlich bessere Aufnahmen.
- Prägen Sie sich die Vor- und Nachnamen, die Position und das Unternehmen Ihrer Gesprächspartner ein.
- Testen Sie bei Statements vorab das Mikrofon (sogenannte heiße Probe).
- Nutzen Sie für »Sprechttests« immer Ihre Aussagen und niemals das unsinnige 1, 2, 3 ...
- Lassen Sie sich auf jeden Fall in der Maske schminken. Vertrauen Sie den Profis dort: Was vor dem Spiegel noch unnatürlich wirkt, sieht vor der Kamera ganz anders aus.
- Ihr Schweiß läuft? Tupfen Sie ihn ab mit dem Kommentar: »Furchtbar heiß!«.
- Mundartliche Sprachfärbungen sind okay, wenn Ihr Publikum Sie verstehen kann.
- Sitzen Sie bequem, leicht schräg im Stuhl, achten Sie darauf, dass Ihre Führungshand frei ist.
- Sie sind kein Schauspieler – bleiben Sie authentisch und souverän.
- Ihr Ziel ist es, mit der Beantwortung der Fragen Ihre Botschaften zu senden.
- Sie sind Führungskraft? Dann führen Sie auch durch das Interview!

Die richtige Kleidung

- Gesichtsrotte kompensieren Sie am einfachsten durch Blau- oder Grautöne Ihrer Kleidung.
- Verzichten Sie bei der Kleidungswahl auf breite Streifen, Karo- oder Pepitamuster.
- Ein hellgraues oder hellblaues Hemd oder eine entsprechende Bluse wirken besser als weiße Oberbekleidung.
- Kameras fokussieren auch auf Beine: lange Socken und saubere Schuhe sind ein Muss!

Interviews

Ihr gutes Recht bei Interviews

Vereinbaren Sie vorab, dass Ihnen das geschnittene Interview nochmals gezeigt wird, bevor Sie die Freigabe erteilen.

Sie sind Ihr Regisseur, lassen Sie sich niemals durch Interviewer oder Journalisten bedrängen.

Lassen Sie sich den Fragekatalog vor dem Interview zusenden und bereiten Sie sich auf Überraschungen vor!

Bedenken Sie: Jeder Imageverlust wiegt schwerer als eine Verweigerung des Interviews! Lassen Sie lieber ein Interview aus, bevor Sie Ihr gutes Image riskieren.

Professionelle Vorbereitung für Interviews

- Wer ist der Journalist? Um welches Medium handelt es sich genau? Viele Infos dazu gibt es meist bei Tante Google!
- Machen Sie sich mit dem Thema und den dazugehörigen Statistiken und Fakten vertraut.

- Erstellen Sie Stichwortzettel, die Ihre Argumente und Kernbotschaft fokussieren.
- Soll Persönliches in das Interview einfließen? Und wenn ja, welche Aspekte aus Ihrem Privatleben wollen Sie preisgeben? Verknüpfen Sie ganz gezielt Privates und Berufliches. Es erzeugt Sympathie, wenn es »menschelt«.
- Trainieren Sie sowohl Einstieg als auch Ausstieg – lautes Sprechen programmiert!
- Lassen Sie sich vorherige Interviews gleichen Formats zuschicken – als Print oder Link zu einer Aufnahme via YouTube.
- Üben Sie Frage-Antwort-Spiele mit einem erstklassigen Gesprächspartner bzw. Coach.
- Haben Sie eine längere Autofahrt vor sich? Üben Sie Ihr Frage-Antwort-Spiel. Programmieren Sie sich (siehe hierzu auch Kapitel »Überzeugende Inhalte«)!
- Small Talk vor dem Interview? Quatsch, senden Sie bereits Ihre Botschaften. Nur um diese geht es.
- Small Talk verführt dazu, sich um Kopf und Kragen zu reden. Das ist wiederum das Interesse des Journalisten. Vorsicht also!
- Formulieren Sie Ihre Botschaften aus Sicht des Zuschauers bzw. Zuhörers.
- Ein erstklassiges Interview trägt entscheidend zu Ihrer Reputation bei. Just face it!

Diverse Formen und Rahmensetzungen von Interviews

Abfrageinterviews sind klassische, kurze Sequenzen für Nachrichten oder Dokus.

Persönlichkeitsinterviews schaffen persönliche Profilskelettierung, geben also die Persönlichkeit preis.

Meinungsinterviews dokumentieren Einstellungen oder Informationen.

Off-Records-Interviews bleiben unveröffentlicht. Sie dienen als Hintergrundinfos.

Interviews »unter zwei« belassen dem Interviewten die Anonymität. Seine