

UND NACH DEM GESPRÄCH?

Interviews werden oft nicht live gesendet, sondern vor der Sendung aufgezeichnet.

Aus dem Gespräch werden häufig einzelne Sätze herausgenommen. Diese sogenannten O-Töne (Originaltöne) können dann in verschiedene Radioformate eingebaut werden.

Beispiele:

- O-Töne in einem Moderationsblock
- Beitrag mit O-Ton (BmO)
- O-Töne in einer Reportage oder einem Feature

Seien Sie nicht enttäuscht, wenn nur wenige Sätze Ihres Interviews gesendet werden. Das sagt nichts über die Qualität des Interviews aus. Die Vorgaben für die Länge des Beitrags stehen oft schon vor dem Gespräch fest.

Ein Beitrag dauert in der Regel zwischen ein bis drei Minuten. Ein Feature oder eine Reportage ist meist länger, dort kommen jedoch auch noch andere Interviewpartner zu Wort.

Sie können gern nach einem Mitschnitt fragen.

SIND SIE BEREIT FÜR DAS RADIOINTERVIEW ODER HABEN SIE NOCH WEITERE FRAGEN?

Ihre Kommunikationsabteilung hilft Ihnen gern. Rufen Sie an, wenn Sie Unterstützung bei der Gesprächsvorbereitung wünschen oder allgemeine Fragen zum Umgang mit Journalisten haben.

© Bundesverband Hochschulkommunikation - Stand: 09/2014 - Gestaltung: Robbi Grafik - Text: Susanne Schneider | TU Braunschweig - Fotos: T'sin - dan talson - fotolia.com



BUNDESVERBAND
HOCHSCHULKOMMUNIKATION



WISSENSCHAFT IN DEN MEDIEN

HABEN SIE FRAGEN?

Die Pressestelle der Universität Osnabrück hilft Ihnen gerne weiter.

Utz Lederbogen
Pressesprecher Universität Osnabrück
Stabsstelle Kommunikation & Marketing
Neuer Graben 29 · 49074 Osnabrück
Tel. +49 541 969-4370 oder - 4516
E-Mail: utz.lederbogen@uni-osnabrueck.de

DAS RADIOINTERVIEW

WWW.BUNDESVERBAND-HOCHSCHULKOMMUNIKATION.DE



WELCHE INTERVIEWFORMEN GIBT ES?

- **Informationsinterview:** Hier liefern Sie Informationen zu einem aktuellen Thema. (Bsp: Daten und Fakten zu einem Forschungsprojekt)
- **Meinungsinterview:** Hier ist Ihre Experten-Meinung gefragt. Sie sollen einen Sachverhalt einordnen, bewerten und beurteilen. Detaillierte Informationen brauchen Sie dafür nicht. Die Kurzform ist das Statement, bei dem nur ein bis zwei kurze Sätze mit der Kernbotschaft nötig sind. (Bsp: Politikwissenschaftler/in zu einer bevorstehenden Wahl)
- **Hintergrundinterview:** Hier wird Ihr Interview nicht veröffentlicht, sondern dient der besseren Information der Journalisten. Ungenauigkeiten in der Berichterstattung – vor allem bei technisch-komplexen Themen – lassen sich dadurch vermeiden. Außerdem können Sie das Gespräch nutzen, um das Interesse der Journalistinnen und Journalisten an Ihrem Projekt zu wecken. (Bsp: Wirtschaftswissenschaftler/in zu Entstehung, Begrifflichkeiten und Auswirkungen einer Wirtschaftskrise).

WAS TUN, WENN DER JOURNALIST ANRUFT?

Folgende Rahmenbedingungen sollten Sie vor dem Interview klären:

- WURUM geht es im Gespräch?
- WELCHE ART von Interview ist vorgesehen (live oder aufgezeichnet)?
- WIE lange soll das Gespräch dauern?
- WANN soll das Interview stattfinden?
- WO soll das Interview stattfinden (Studio, Telefon, vor Ort)?
- WER sind die Gesprächspartner/innen?
- WANN und WO wird das Interview gesendet?

DAS RADIOINTERVIEW

Im Radiointerview können Sie Ihre Themen bunt und anschaulich präsentieren. So entsteht ein Bild im Kopf des Zuhörers. Als Experte/in vermitteln Sie mit Ihrer Stimme Authentizität und Kompetenz.



5 TIPPS

FÜR EIN GUTES INTERVIEW

- Überlegen Sie sich vor dem Gespräch, welche Kernbotschaft deutlich werden soll.
- Formulieren Sie kurze Sätze.
- Benutzen Sie wenig Fach- und Fremdwörter oder Zahlenangaben.
- Versuchen Sie, das Thema durch Beispiele anschaulich zu machen.
- Wiederholen Sie Ihre Kernbotschaft.

WAS IST WICHTIG WÄHREND DES GESPRÄCHS?

Sprechen Sie natürlich und entspannt und verwenden Sie möglichst keine Fachausdrücke. Wenn Sie Fachwörter brauchen, dann erklären Sie diese der Zuhörerschaft. Oft ist es hilfreich, sich einen fachfremden Freund als Gegenüber vorzustellen, dem man von seiner Arbeit erzählen möchte.

Achten Sie darauf, Nebengeräusche (Bsp: Klicken mit dem Kugelschreiber) zu vermeiden. Wenn das Interview im eigenen Büro stattfindet, leiten Sie möglichst das Telefon um und machen Sie das Fenster zu.

Lassen Sie sich im Telefoninterview von einem »stummen« Zuhörer nicht irritieren. Der/Die Journalist/in kann während des Gesprächs keine zustimmenden Laute geben, weil diese sonst auf der Aufnahme zu hören wären.