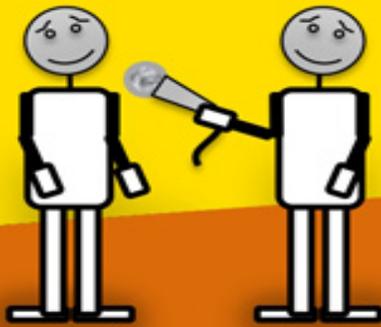
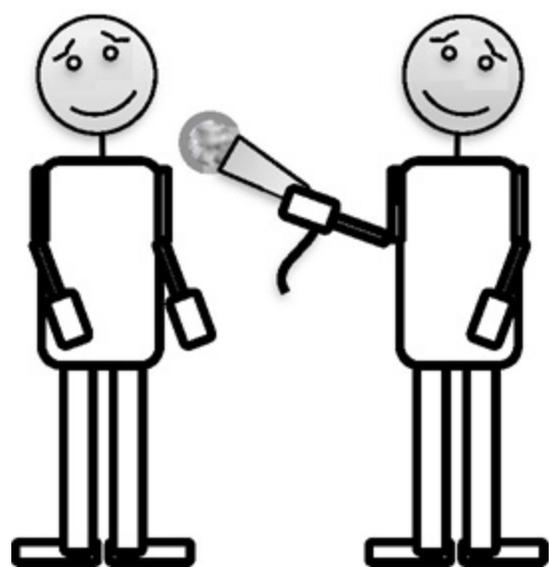


Horst Hanisch

INTERVIEWS FÜHREN

„Darf ich Sie mal fragen?“





Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG

„Darf ich Sie mal fragen?“

TEIL 1 - GESCHICKTE FRAGETECHNIK

GESCHICKTE FRAGEN STELLEN

Das Interview und die Umfrage

Questionnaire

Peinliche Befragung

DURCH FRAGEN LENKEN

Wer fragt, der führt

Befragungskonstruktion: hart/weich

Befragungsfehler vermeiden

Unfaire Befragung 1: Unterforderung

Unfaire Befragung 2: Überforderung

Unfaire Befragung 3: Angst auslösen

Unfaire Befragung 4: Peinliche Situationen auslösen

Unfaire Befragung 5: Unbekanntes Wissen erfragen

Unfaire Befragung 6: Schachtelsätze verwenden

Unfaire Befragung 7: Antworten suggerieren

Unfaire Befragung 8: In die Länge ziehen

Unfaire Befragung 9: Überrumpelung

Unfaire Befragung 10: Gekoppelte Fragen

Unfaire Befragung 11: Auftreten des Fragenden

Unfaire Befragung 12: Arrogantes Auftreten

Understatement

Fragearten: Information oder Taktik?

Informationsfragen – Ich will's wissen

Informationsfrageart 1: Geschlossene Frage

Informationsfrageart 2: Offene Frage

Informationsfrageart 3: Halboffene Frage (Cluster-Frage) oder Multiple Choice Frage

Taktische Fragen – Ich will manipulieren

Taktische Frageart 1: Suggestiv-Frage

Taktische Frageart 2: Alternativ-Frage

Taktische Frageart 3: Übereinstimmungs-Frage

Taktische Frageart 4: Gegenfrage

Taktische Frageart 5: Kontroll-Frage

Taktische Frageart 6: Ja-Antwort-Frage

Taktische Frageart 7: Die rhetorische Frage (Scheinfrage)

Taktische Frageart 8: Taraktische Frage (Verwirrende oder beunruhigende Frage)

Taktische Frageart 9: Die akademische Frage

Fragetechniken – Trickreich erfragen

Fragetechnik 1: Die offene Fragetechnik

Fragetechnik 2: Die reflektierende Fragetechnik

*Fragetechnik 3: Die richtungweisende
Fragetechnik*

*Fragetechnik 4: Die evozierende
(hervorrufende)Fragetechnik*

VOR GERICHT

Vom Kläger und vom Beklagten

Zeuge oder Beschuldigter

Kläger oder gegnerischer Anwalt

Tropen, Redeschmuck und Wortfügungen

Die Stilqualitäten (virtutes orationis) der Antike

Die drei antiken Stilarten (genera dicendi)

2-Stil-Lehre

Von der Antike bis in die Gegenwart

TEIL 2 - DIE EHRLICHE UND DIE MANIPULIERENDE UMFRAGE

SPANNUNGSBOGEN AUFBAUEN

Ehrlich gefragt - Ehrlich gesagt

Die Dramaturgie des Fragebogens

*Der Erfolg versprechende Aufbau des
Fragebogens*

Die Umfrage - Vorbereitung

Manipulation im Fragetrichter

Was bedeutet Manipulation?

Urteilsverwirrungen und andere

Tricks erkennen und durchschauen

TEIL 3 - DAS INTERVIEW UND UMGANG MIT DER PRESSE

DIE JOURNALISTEN WOLLEN ES WISSEN

Information bildet
Neugierde ist eine Zier
Die Vorbereitung
Die Gesprächsführung
Die Veröffentlichung des Interviews
Und wenn Sie interviewt werden
Die praktische Umfrage auf der Straße
Der Einstieg in die Umfrage
200 Lügen am Tag?
Weshalb lügt der Mensch?

DER UMGANG MIT DER PRESSE

Pressekodex
Pressearbeit
Pressekonferenz
Die Körpersprache des Pressesprechers am Rednerpult
Bundespressekonferenz
„Danke für das Interview“

AUSLEITUNG

„Alles gefragt?“

STICHWORTVERZEICHNIS

KNIGGE ALS SYNONYM

UMGANG MIT MENSCHEN

Einleitung

„Darf ich Sie mal fragen?“

Sie wollen wissen, was Menschen von Ihrem neuen Werbeprospekt halten? Dann heißt es raus auf die Straße und eine Umfrage starten. Da Sie saubere und ehrliche Ergebnisse erzielen wollen, müssen die gestellten Fragen in einer bestimmten Art und Reihenfolge gestellt werden.

Wer, wann und wo im Fußgängerbereich fragt soll im Vorfeld gut überlegt sein, da der Fragende, die Uhrzeit und der Befragungsort Einfluss aufs Ergebnis nehmen.

Etwas anders verhält es in Interviews. Hier richten die gestellten Fragen teilweise nach den Antworten des Interviewten.

Der Interviewer muss flexibel sein, seine Ziele hingegen nicht aus den Augen verlieren. Auch hier bedarf es einer sehr guten Vorbereitung und Einsatz abwechslungsreicher Fragen.

Gute Interviews schaffen es immer wieder, Neues vom Befragten zu erfahren und in manchen Fällen sogar eine Fehlaussage zu entlarven.

Im letzten Teil des Handbuchs widmen wir uns dem Umgang mit der Presse. Wie gibt der Pressesprecher gewünschte Informationen an die Journalisten weiter und beantwortet verantwortlich die kritisch gestellten Fragen?

Also, haben Sie mal eine Minute Zeit?

Praxisnah, zeitgemäß und kompakt. Das sind drei interne Vorgaben für unsere Rhetorik-Ratgeber. In unserer Reihe der kleinen Rhetorik-Handbücher wird jeweils ein wesentlicher Teil aus dem umfangreichen Bereich der Rhetorik kompakt vorgestellt.

Die Themenbereiche sind beispielsweise den Büchern ‚Das große Buch der Rhetorik²¹⁰⁰‘ oder ‚Trickreiche Rhetorik²¹⁰⁰‘ vom selben Autor entnommen.

Die Zahl 2100 steht dabei für das 21. Jahrhundert, was die Aktualität der Themen unterstreicht.

Diese entsprechen den heutigen Anforderungen im beruflichen Umgang miteinander.

Im vorliegenden Ratgeber „Rhetorik - Interviews führen“ wird schwerpunktmäßig auf folgende Themen eingegangen:

- Geschickte Fragetechnik
- Die ehrliche und die manipulierende Umfrage
- Das Interview und der Umgang mit der Presse

Viel Erfolg bei der Vertiefung bestehenden Wissens und erfolgreichen Einsatz im Berufsleben.

Teil 1 - Geschickte Fragetechnik

Geschickte Fragen stellen

Das Interview und die Umfrage

Sie haben den Auftrag, eine Umfrage auf der Straße durchzuführen. Oder - Sie wollen ein Produkt verkaufen.

Oder - Sie haben als Ziel gesteckt, ein optimales Verkaufsgespräch, Bewerbungsgespräch oder Überzeugungsgespräch zu führen.

In vielen Fällen (vielleicht sogar in allen?) ist es das Ziel, den Gesprächspartner manipulierend so weit zu bringen, dass er Ihre Zielfrage (das ist die zuletzt gestellte Frage im Gespräch) in Ihrem Sinne beantwortet. Nämlich: Er soll ‚Ja‘ sagen zu Ihrer Ware, Ihrer Arbeitskraft, Ihrem Projekt.

Es geht auch tiefgreifender: Nehmen wir an, Sie möchten, dass Ihr Mitarbeiter in Zukunft 20 % mehr Arbeitsleistung erbringt - ohne gleichzeitig einen finanziellen Ausgleich zu erhalten: er wird wohl eher abgeneigt sein.

Durch das Vorschalten eines entsprechenden Fragekataloges wird er am Ende aber (wahrscheinlich) mit ‚Ja‘ antworten.

Demoskopie

Neben dem Interview, das nur mit einer Person durchgeführt werden kann (zum Beispiel im Bewerbungsgespräch), wird die sogenannte öffentliche Meinungsumfrage als Demoskopie bezeichnet (seit G. Gallup, 1936).

Verwechseln Sie ‚Interview‘ - sei es manipulierend oder informierend angelegt - nicht mit ‚Umfrage‘. In einer

Umfrage soll ein tatsächliches Ergebnis ohne manipulative Einflüsse erzielt werden.

Zum Beispiel, wie viele Menschen morgens Kaffee trinken, oder Tee, oder Saft. Das Ergebnis wird dann statistisch festgehalten.

Face to face oder via Technik

Kehren wir zurück zum Interview, wobei wir im Folgenden keinen Unterschied zwischen den drei Interviews machen:

- face to face (Gesicht zu Gesicht, also Befragter und Fragender/Interviewer stehen unmittelbar [physisch] gegenüber)
- telefonisches Interview
- schriftliches Interview

Methodik

Die Methodik (griech. ‚methodos‘) bedeutet etwa: Der Weg, um etwas zu erreichen. Demnach ist der Einsatz eines Fragebogens der Weg, um bestimmte Daten zu erhalten.

Um einen möglichst seriösen Durchschnittswert für eine statistische Auswertung zu erhalten, werden meist 1.000 bis 2.000 Personen befragt. In seriösen Quellen findet beispielsweise die Angabe ‚1.004 Befragte‘.

Dabei muss der benutzte Fragebogen möglichst objektiv erstellt werden. Zum Beispiel sollen weder suggestive Fragen noch überfordernde Fragen enthalten sein.

Auch soll der Fragebogen unabhängig von Ort (Standort während der Befragung) und Zeit (Zeitpunkt, an dem das Interview geführt wird) gleiche Gültigkeit haben und in jedem vergleichbaren Fall (sinn-) gleich beantwortet werden.

Das bedeutet: Ob die Hausfrau morgens um 9:00 Uhr auf dem Markt oder nachmittags an der Haustür befragt wird,

die Antworten sollten jeweils gleich gegeben werden.

Questionnaire

Neben einer Vielzahl von Interviews und anderen Befragungsformen in der Medizin, Therapie und Psychologie (zum Beispiel Beratungsinterview), auf die hier aber nicht weiter eingegangen wird, findet der Questionnaire, der mit einem feststehenden Bereich von Fragen zum Beispiel für diagnostische Zwecke eingesetzt wird.

Peinliche Befragung

Im späten Mittelalter gab es die sogenannte Peinliche Befragung, wobei ‚peinlich‘ nicht im heutigen Sinn zu betrachten ist, sondern von ‚Pein‘, nämlich ‚Schmerz‘ herkommt.

Somit ist sofort klar, was es mit dieser Befragung auf hatte. Sie wurde durch die Inquisition (lat. inquisitio‘ für ‚Untersuchung‘) und bei der Hexenverfolgung eingesetzt und war mit Folter verbunden.

Diese Art der Befragungen lässt das vorliegende Handbuch natürlich aus.

Durch Fragen lenken

Wer fragt, der führt

Es gilt als altbekannte Weisheit, dass der Fragende ein Gespräch in die Richtung lenken kann, in die er will.

Natürlich hat auch der Gesprächspartner die Möglichkeit, durch die Wahl und die Art seiner Antwort den Dialog zu beeinflussen.

Trotz allem liegt die Hauptkraft des Dialogs in der überlegten Fragestellung.

Mit Interesse und interessant lenken

Interessante Interviews ergeben hauptsächlich dadurch, dass überlegte und gleichzeitig lenkende Fragen gestellt werden.

Unterschiedliche Fragearten

Dazu gibt es eine Vielzahl von Fragearten. Es wäre nämlich stinklangweilig, immer nur mit derselben Art der Fragen zu befragen.

Offen gestellte Fragen ermöglichen, ausgiebige Antworten zu geben.

Ja-Nein-Fragen beziehungsweise -Antworten dienen zur Bestätigung oder Klärung bei Unklarheiten.

Viele taktische Fragen ‚hinterfragen‘ das Gesagte und lassen dann tiefer in die gedankliche Welt des Befragten dringen.

Auf diese Weise kommen oft hochinteressante und vorher nicht absehbare Erkenntnisse zu Tage.