



**Jörg Michael Junginger** ist seit 1993 Medientrainer. Als Journalist war er unter anderem in den Ressorts Nachrichten, Wirtschaft und Sport für ZDF, SWR, n-tv und VOX tätig. Seit drei Jahren ist er

*Geschäftsführer des Mainzer Trainings-Anbieters media advice.*

**Herr Junginger, was raten Sie PR-Fachleuten bei Medienauftritten?**

Wichtig ist eine gute Vorbereitung. Wenn für Medienauftritte so viel Zeit investiert würde wie für Investitionsentscheidungen, gäbe es deutlich weniger Negativbeispiele. So ist es beispielsweise sinnvoll, bereits während der Terminabsprache zu klären, wer der Gesprächspartner ist, um was es geht und wer außerdem zum Thema befragt wird. Nur so kann man sich auf den journalistischen Stil und mögliche Frage-Szenarien einstellen.

**Was, wenn bei laufender Kamera nicht abgesprochene, kritische Fragen gestellt werden?**

Grundsätzlich können etwa 80 Prozent der möglichen Fragen in der Vorbereitungsphase identifiziert werden. Falls es trotzdem zu einem unerwartet kritischen Szenario kommt, darf der Interviewte keinesfalls seinen Unmut lautstark vor laufender Kamera äußern. Auch wortloses Weglaufen ist die falsche Taktik. Besser ist es, sachlich die Situation mit dem Medienvertreter zu besprechen und zum Thema zurückzufinden.

**Muss ich als Interviewter die Produktionsbedingungen der Medien kennen?**

Ja. Mit der Arbeitsweise auf der Gegenseite muss man vertraut sein. Erhöhter Respekt von Medienseite ist Ihnen sicher, wenn Sie beispielsweise vor der Produktion eines Beitrags die Rahmenbedingungen für den Termin ansprechen können. So sollte beispielsweise formal geklärt werden, ob es sich um ein Statement oder ein Kurzinterview handelt. Auch Fragen nach der Nettoredezeit und der Gesamtlänge des Beitrags hinterlassen den Eindruck von Medienkompetenz.

**Welcher ist der häufigste inhaltliche Fehler?**

Oftmals ist die Position nicht klar. Wenn das Publikum meinen Standpunkt verstehen soll, muss ich die Kunst der Vereinfachung beherrschen. Mir sollte bewusst sein, dass ich beispielsweise für ein Statement in einem kurzen Nachrichtenbeitrag maximal 20 bis 30 Sekunden Zeit zur Verfügung habe. Ich muss mich daher bemühen, prägnant und plausibel zu antworten und mich auf das Wesentliche konzentrieren.

**Welche Rolle spielt hierbei die Persönlichkeit?**

Um als PR-Vertreter glaubwürdig zu erscheinen, muss ich meine Statements in persönlicher Art und Weise vortragen. Dabei ist es von Vorteil, wenn ich die Botschaften meines Unternehmens in Ich-Sätze kleide. Wichtig ist, eine klare Position einzunehmen und sie persönlich und plausibel zu vermitteln.