

Fit bleiben nach dem Medientraining

Auffrischungsübungen zum Selbermachen

Monika Wimmer
Wolfgang Richter
Sabine Fromm
Katja Flieger



Mit Medientrainings ist es wie mit Erste-Hilfe-Kursen. Die vielen praktischen Übungen führen meist schnell zu Aha-Erlebnissen und sehr guten Lerneffekten. Doch ohne regelmäßige Erste-Hilfe-Einsätze beziehungsweise ständige Pressekontakte fehlt es schnell an der notwendigen Routine. Um auch nach dem Workshop fit für die Medien zu bleiben, muss man das Gelernte also selber auffrischen.

In unseren Medientrainings arbeiten wir mit Persönlichkeiten aus sehr unterschiedlichen Disziplinen – von Gesundheitsexperten über Hochschuljuristen bis hin zu Polarforschern. Die Wissenschaftler schlüpfen dabei in die Rolle von Journalisten, texten für ein Laienpublikum und treten vor Mikrofon und Kamera auf. Aus diesen Erfahrungen heraus haben wir Übungen zum Selbermachen zusammengestellt.

Sie können sich die Trainingseinheiten einzeln vornehmen oder beliebig kombinieren. Die ersten vier Übungen lassen sich vollständig alleine bearbeiten – der Zeitaufwand beträgt insgesamt nur 1,5 Stunden. Im letzten Kapitel möchten wir Sie dazu ermuntern, mit anderen zusammen eine Medientrainingsgruppe aufzubauen. Konkrete Ablaufpläne mit vielen Gruppenübungen sollen Sie dabei unterstützen.

| Gliederung | Seite |
|--|-------|
| 1. Übung: Ihr Thema aus Sicht der Journalisten | 2 |
| 2. Übung: Einen verständlichen Text schreiben | 4 |
| 3. Übung: Aus den Texten anderer lernen | 7 |
| 4. Übung: Körpersprache und Stimme verbessern | 10 |
| 5. Schreib- und Kameratraining in der Gruppe | 13 |

1. Übung: Ihr Thema aus Sicht der Journalisten

Presse, Hörfunk und TV interessieren sich vor allem für Themen aus der Wissenschaft, wenn sie alltagsnah sind. Was könnte zu einer schonenden Zahnbehandlung führen, das Unkrautzupfen im Garten erleichtern oder die Globalisierung menschenfreundlicher machen? Oder wenn die Forschung Antwort auf Fragen gibt, die sich jeder schon mal gestellt hat: „Warum ist der Himmel blau“? Mithilfe von Nachrichtenfaktoren können Sie das, was Laien und damit auch Journalisten an Ihrer Forschung besonders anspricht, herausfinden und als Aufhänger für eine Pressemitteilung nutzen (siehe auch Kapitel E 2.3).

| Nachrichtenfaktoren – was interessiert die Menschen an Wissenschaft? | |
|--|--|
| Aktualität | <ul style="list-style-type: none"> • Die gerade veröffentlichte Studie (mit genauen Quellenangaben) • Neu erschienene Empfehlungen (z. B. der Nationalen Stillkommission zur Gewichtsentwicklung von Säuglingen) • Der anstehende Kongress • Ein erstes Experiment, das darauf hindeutet, dass eine jahrzehntelang gültige Theorie ins Wanken gerät |
| Nähe | <p>Lokaler Bezug oder Auswirkungen auf den persönlichen Alltag:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was passiert auf dem biologischen Versuchsfeld neben meinem Schrebergarten? • Gefährdet der Laserdrucker im Büro meine Gesundheit? |
| Prominenz | <ul style="list-style-type: none"> • Z. B. Al Gore als Zugpferd der Klimaforschung: „Menschen in aller Welt, wir müssen die Klimakrise lösen. Es ist keine politische Frage, es ist eine moralische Frage.“ • Lebende oder historische Wissenschaftlerpersönlichkeiten, die Meilensteine im gleichen Forschungsgebiet bewältigt haben oder einst ähnlich wie Sie herangegangen sind. |

| | |
|--------------------------|--|
| Gefühl | <ul style="list-style-type: none"> • Patientengeschichten zum Beispiel wecken Mitgefühl beim Leser oder Zuschauer. |
| Fortschritt, Wichtigkeit | <p>Neues oder Bedeutendes, was für das Leben jetzt oder in absehbarer Zukunft relevant sein könnte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Neue Technik für gezielte Gen-Reparaturen (Fortschritt) • Weichmacher im Babyschnuller nachgewiesen (Wichtigkeit) |
| Dramatik | <p>Schnelle Abfolge von Ereignissen oder Entscheidungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Das riesige Bauteil für den neuen Fusionsreaktor wird in einer Nacht-und-Nebelaktion über deutsche Autobahnen zum Bestimmungsort gebracht. Unter jeder Brücke ist Zentimeterarbeit gefragt.“ |
| Konsonanz | <p>Manche Themen sind Dauerbrenner und seit Jahren interessant:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Folgen des Klimawandels • Auswirkungen des Rauchens und Passivrauchens • Gentechnisch veränderte Lebensmittel |
| Kuriosität | <p>Häufig auf den Seiten „Vermischtes“ oder „Aus aller Welt“:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Z. B. die Nachricht des Berliner Forschungverbundes im Sommer 2005, dass die Spree momentan rückwärts fließt |
| Sex | <p>„Sex sells“. Wenn Sie eine geschickte Verbindung herstellen können, nur zu. Klaus Wowereit hatte mit seinem Slogan „Berlin ist arm, aber sexy“ ein großes Medienecho. Artikel mit Sex als Aufhänger werden regelmäßig gedruckt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Sexualhormon im Walnussbaum entdeckt“ (Progesteron) • „Kuschelhormon Oxytocin soll bei Autismus helfen“ |

Und jetzt sind Sie dran: Bringen Sie Ihr Thema in die Zeitung!

Aufgabe:

Wählen Sie aus Ihrem Arbeitsbereich ein Thema, das Sie in die Zeitung bringen möchten. Orientieren Sie sich bei der Themenwahl daran, was für die Leser interessant und ansprechend ist:

- Welche Nachrichtenfaktoren erfüllt Ihr Thema?
- Warum muss es unbedingt gedruckt werden?

Notieren Sie nun das Thema und ordnen Sie dann einzelne Fakten passenden Nachrichtenfaktoren zu (wie in Handout J 1.2-1). Sie werden merken, dass mancher Aspekt zu mehr als einem Nachrichtenfaktor passt – umso besser.

Wählen Sie die beiden wichtigsten Nachrichtenfaktoren aus Ihrer Geschichte aus. Einer davon oder auch beide könnten der „Aufhänger“ für eine Pressemitteilung sein.

Zeitvorgabe: 10 Minuten – sonst sind Ihre Ideen vielleicht doch zu weit hergeholt.

Wenn Sie mögen, begründen Sie nun laut, was die entscheidenden Fakten für eine Veröffentlichung sind – so, als müssten Sie Ihr Thema als Journalist in der Redaktionskonferenz „verkaufen“.

2. Übung: Einen verständlichen Text schreiben

Natürlich können Sie schreiben. Aber das gut strukturierte und verständliche Schreiben braucht Übung. Nicht nur der Pressesprecher möchte schriftlich formulierte Zusammenhänge, auch Journalisten bitten Sie manchmal darum, ihre Fragen per E-Mail zu beantworten. Wenn Sie in der vorigen Übung herausgefunden haben, was an Ihrem Thema für die Öffentlichkeit interessant ist, folgt nun der nächste Schritt – machen Sie einen guten Text daraus. Die folgende Tabelle sagt Ihnen, wie Sie am besten vorgehen und worauf Sie beim Schreiben achten sollten (siehe auch Kapitel E 1).

| | |
|--------------------------------|---|
| Wie schreibe ich verständlich? | |
| Gliedern | <p>Thema durchdenken und einschränken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist die Kernaussage? <p>Weitere Stichpunkte sammeln:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Informationen möchte ich im Einzelnen vermitteln? <p>Stichpunkte gliedern:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Wichtigste zuerst! |
| Einfache Sätze und Worte | <ul style="list-style-type: none"> • Aktiv ist besser als Passiv: Wer macht etwas? • Bringen Sie einen Gedanken in einen Satz! • Hauptsätze mit höchstens einem Nebensatz, keine Schachtelsätze • Verben statt Substantive |
| Kurz und prägnant | <ul style="list-style-type: none"> • Aktive Verben wie „kochen“, „messen“ etc. führen zum gewünschten Kino im Kopf. <p>Verzichten Sie auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Füllwörter wie „bekanntermaßen“, „nämlich“, „wirklich“ • Streckverben wie „Kritik üben“ • Allerweltsadjektive wie „interessant“, „großartig“, „optimal“ |
| Stil | <ul style="list-style-type: none"> • Keine Werbesprache! |
| Anschaulich und anregend | <ul style="list-style-type: none"> • Z. B. Gen-Fähre statt Vektor • „Das entspricht etwa der Entfernung zwischen Erde und Mond.“ • „Das Risiko ist so klein, wie vom Blitz getroffen zu werden.“ |

| | |
|----------------------------|--|
| Fachbegriffe vermeiden | <ul style="list-style-type: none">• Am besten: übersetzen in umgangssprachliche Formulierungen• Zweitbeste Variante: anschaulich erläutern und Fachbegriff in Klammern dahinter |
| Wichtige Zahlen und Fakten | <ul style="list-style-type: none">• Überprüfen! |

Handout J 1.2-2 Verständlich schreiben

Und jetzt sind Sie dran: Schreiben Sie einen interessanten und verständlichen Text!

Aufgabe:

Stellen Sie sich vor, der Leiter der Pressestelle Ihres Instituts bittet Sie um einen kurzen Text zu Ihrem aktuellen Forschungsprojekt. Dieser Text soll auf die Homepage Ihrer Forschungseinrichtung gestellt werden und Journalisten sowie interessierte Laien informieren. Schreiben Sie einen gut strukturierten, verständlichen Text. Er soll bei einem Zeilenabstand von 1,5 maximal eine halbe Seite lang sein. Berücksichtigen Sie dabei auch die Nachrichtenfaktoren (Handout J 1.2-1).

Überlegen Sie, welche Fakten und Zusammenhänge alltagsbezogen und damit besonders interessant sind. Schreiben Sie so konkret wie nötig, aber so kurz wie möglich. Überlegen Sie sich für Fremd- und Fachworte umgangssprachliche Formulierungen.

Finden Sie nun eine Überschrift. Die Überschrift ist die Kurzfassung der Kernaussage! Und sie ist der wichtigste Teil eines Textes: Denn oft lesen Journalisten nur die Überschrift, bevor sie entscheiden, ob ein Thema für die Medien interessant ist oder nicht.

Zeitvorgabe: maximal 30 Minuten

Wenn Sie Text und Überschrift fertig haben, legen Sie diese Arbeit für heute beiseite und schlafen eine Nacht darüber. Möchten Sie Ihren Text danach verbessern, bearbeiten Sie ihn wie in der folgenden Übung 3 „Aus den Texten anderer lernen“ beschrieben. Und lassen Sie ihn von einer Person lesen, die auf Ihrem Fachgebiet absoluter Laie ist.

Bewegen Sie sich!



Tip

Wen sein Thema bewegt, dem fällt das Schreiben meist leicht. Bewegt sich im Kopf nichts (mehr), dann machen Sie Pause, um sich zu bewegen. Am besten: Gehen Sie raus, spazieren Sie flott durch den Park – und Ihnen fällt vieles (wieder) ein.

3. Übung: Aus den Texten anderer lernen

Sitzt ein Koch im Restaurant eines Kollegen, wird er sein Menü wohl mit anderen Augen begutachten als der Gast am Nebentisch. Auch Journalisten lesen, sehen und hören Medienberichte oft mit einer anderen Einstellung: Was hat der Kollege, die Kollegin gut gemacht? Was hätte man selber anders aufgebaut oder formuliert?

Aus den Texten anderer zu lernen, ist eine einfache und preiswerte Methode. Sie hat allerdings nur dann Erfolg, wenn man die Regeln des Redigierens kennt (siehe Kapitel E 1.6). Wie bei einer Weinprobe kommt es bei der „Textprobe“ nämlich sowohl auf den Gesamteindruck an wie auch auf einzelne Details, etwa den Einstieg (das Bukett...) und den Ausstieg (den Abgang).

Für Wissenschaftler eignen sich populärwissenschaftliche Texte anderer Wissenschaftler am besten, um dazulernen. Solche Beiträge findet man in Magazinen wie

- forschung, das Magazin der Deutschen Forschungsgemeinschaft (www.dfg.de)
- Physik in unserer Zeit, Chemie in unserer Zeit, Biologie in unserer Zeit, Verlag WILEY-VCH (www.phiu.z.de, www.chiu.z.de, www.biu.z.de)
- Zeitschriften von Universitäten, vor allem bei kleinen und mittelgroßen Hochschulen

Sowohl aus gelungenen wie auch aus weniger geglückten Artikeln kann man etwas lernen. Immer sollten Sie dabei die sechs Schritte einer guten Redigatur durchlaufen:

| | |
|--|---|
| Die Textprobe – richtig redigieren | |
| Schritt 1: Text einmal ganz durchlesen | Fangen Sie nicht gleich an zu korrigieren. Lesen Sie den Text so, wie es auch ein ganz normaler Leser tun würde. Denn seinen Blick haben Sie nur dieses eine Mal! Aber: Markieren Sie kurz alle Stellen, an denen Sie „stolpern“. |
| Schritt 2: Kernaussage suchen | Versuchen Sie gleich nach dem ersten Lesen, die Hauptaussage des Textes in wenigen Sätzen zusammenzufassen. Haben Sie dabei Probleme, fehlt dem Text der Fokus. |
| Schritt 3: Aufbau überprüfen | Schauen Sie sich nun die Stellen an, die Sie als Stolperfallen markiert haben. Ist etwas sprachlich nicht in Ordnung, vertagen Sie diese Stellen auf später. Uns interessiert hier: Gibt es im Text logische Brüche? Sind die Übergänge zwischen den Absätzen nachvollziehbar oder willkürlich? Sind eigentlich zusammenhängende Dinge auseinandergerissen worden? Kommen wichtige Informationen erst am Schluss des Textes? |
| Schritt 4: Länge überprüfen | An welchen Stellen haben Sie etwas nicht verstanden, was müsste ausführlicher erläutert werden? Und umgekehrt: Welche Absätze blähen den Text nur auf und sind entbehrlich? |
| Schritt 5: Wie gelungen sind Einstieg, Ausstieg, Überschrift? | Animiert der Einstieg zum Weiterlesen? Erfährt man schnell, um was es geht? Bei Pressemitteilungen, Nachrichten, Zusammenfassungen: Kommt das Wichtigste zuerst? Wird aus der Überschrift klar, was das Thema ist? Ist sie kurz, knackig, gar humorvoll – oder lang und langweilig? Rundet der Ausstieg den Text (z. B. mit einer Anekdote) ab, fasst er zusammen, schließt er gar den Bogen zum Anfang? Oder tauchen am Ende überraschend neue Aspekte auf, die nicht mehr geklärt werden und deshalb verwirren? |

| | |
|-----------------------------|--|
| Schritt 6: | Erst ganz am Schluss sollten Sie den Text nach den Kriterien für verständliche Sprache überprüfen (siehe Handout J 1.2-2): Einfacher Satzbau und Wortwahl, Kürze und Prägnanz, Anschaulichkeit und anregende Zusätze. Denn beim Suchen nach einfacheren Worten und besseren Formulierungen hält man sich lange an einer Stelle auf und verliert so den Blick für das Ganze. Die Wirkung eines Textes kann man dann nicht mehr unvoreingenommen beurteilen. |
| Sprache und Stil überprüfen | |

Handout J 1.2-3 Die Textprobe – richtig redigieren**Aufgabe:**

Suchen Sie sich einen populärwissenschaftlichen Text eines anderen Wissenschaftlers oder einer Wissenschaftlerin. Gehen Sie die Schritte 1–5 des Redigatur-Schemas durch.

Ziel ist hier nicht, den Text wirklich umzuschreiben. Markieren Sie lediglich die Stellen farbig, die Ihnen auffallen. Notieren Sie sich zu jeder Stelle kurze Stichworte auf einem Beiblatt. Untersuchen Sie nun Sprache und Stil gemäß Schritt 6. Greifen Sie einzelne Sätze beispielhaft heraus und formulieren Sie sie um.

Zeitvorgabe: je nach Länge des Textes 15 bis 45 Minuten

Heben Sie den redigierten Text und Ihre Notizen auf jeden Fall auf. Beides kann eine Inspirationsquelle sein, wenn Sie selber einen populärwissenschaftlichen Text schreiben möchten. Untersuchen Sie auf diese Weise doch auch einmal die „Executive Summary“ einer Studie, die ja im Prinzip nichts anderes sein sollte als eine „Nachricht“!

**Tipp**

Sollte der zu redigierende Text aus Ihrem eigenen Fach stammen oder lieber aus einer ganz anderen Disziplin?

Beides hat seine Vorteile! Im ersten Fall können Sie sich vielleicht gute Bilder und Einstiege für Ihre eigenen Texte anschauen. Aber nur bei Texten aus völlig anderen Gebieten haben Sie die Perspektive eines normalen Zeitungslesers.

4. Übung: Körpersprache und Stimme verbessern

Die Körpersprache verrät oft weit mehr als Worte! Wie Sie wirken, hängt ab von Ihrer Haltung, Ihren Gesten und der Mimik. Und davon, ob Sie Blickkontakt halten und mit einer angenehmen Stimme sprechen.

Aber keine Panik: Wer vor die Kamera tritt, muss vorher kein Schauspieltraining absolvieren. Viel wichtiger ist, dass Sie sich sicher fühlen in dem, was Sie sagen wollen. Erzählen Sie es dem Journalisten so, als würden Sie mit einem guten, aber fachfremden Bekannten sprechen. Dann wirken Sie authentisch und damit automatisch sympathisch und glaubwürdig.

Darüber hinaus können Sie Ihre Außenwirkung durch ein paar Körper- und Stimmübungen verbessern. Damit Sie diese im Ernstfall beherrschen, sollten Sie regelmäßig trainieren – zum Beispiel morgens im Bad zwischen Duschen und Zähneputzen.

4.1 Haltung und Mimik

Üben Sie nach Möglichkeit vor dem Spiegel!

Haltung zeigen: Der Kronen-Trick

Stellen Sie sich so hin, dass der Abstand zwischen den Füßen ungefähr Ihrer Hüftbreite entspricht. Verteilen Sie nun das Gewicht gleichmäßig auf beide Beine und Füße. Ziehen Sie die Schultern leicht nach hinten und unten. Dann stellen Sie sich vor, Sie tragen stolz eine Krone auf dem Kopf.

In dieser Haltung strahlen Sie Selbstbewusstsein aus und können Ihren Standpunkt überzeugend vertreten.

Mimik entspannen

Legen Sie zunächst Ihre Stirn in Falten und lösen Sie die Spannung wieder. Danach kneifen Sie die Augen zusammen und öffnen sie wieder. Zum Abschluss noch einige Sekunden Naserümpfen und einen Schmolzmund machen.

So entkrampfen Sie nicht nur ihre Gesichtsmuskulatur, sondern entspannen auch den Geist. Anstatt eines eingefrorenen Lächelns oder einer dauergerunzelten Stirn zeigt Ihr Minenspiel nun das, was Sie wirklich ausdrücken wollen.

4.2 Die Stimme aufwärmen

Damit Ihr Statement vor Mikrofon und Kamera klar, deutlich und kräftig klingt, muss Ihr Atem fließen können. Lunge und Rachenraum müssen frei und die Muskulatur von Lippen, Zunge und Wangen entspannt sein. Mit den Übungen auf den nächsten beiden Seiten wärmen Sie Ihre Stimme in zwei bis drei Minuten auf.

| Übung | Ziel |
|---------------------|---|
| Tief Atmen | entspanntes Zwerchfell-Bauch-Atmen |
| Affentrommeln | gesteigertes Atemvolumen in der Lunge |
| Gähnen und Strecken | ein offener Nasen-Rachenraum und allgemeine Entspannung |
| Zungenkreisen | lockere Wangenmuskulatur und eine „aufgewärmte“ Zunge |
| Bienenkorb | mehr Volumen, mehr Resonanz |
| Schnellsprechsätze | Training aller an der Stimmbildung beteiligten Organe |



Tipp

Neigen Sie zum Nuscheln? Fuchteln Sie öfters hektisch mit den Händen? Oder krallen Sie sich gerne mit aller Kraft am Rednerpult fest? Wer schon einmal ein Medientraining mitgemacht hat, kennt auch seine eher ungünstigen Verhaltensmuster. Ansonsten: Bitten Sie Partner, Kollegen und Freunde um Rückmeldung über Ihre Körpersprache. Wenn Sie sich Ihrer Schwächen bewusst sind, können Sie diese auch vermeiden. Gelegenheit zum Üben bietet sich schon beim nächsten Gartenzaungespräch mit dem Nachbarn.

Tief Atmen

Stellen Sie sich aufrecht hin und verteilen Sie Ihr Gewicht gleichmäßig auf beide Beine. Legen Sie eine Hand auf die Bauchdecke und ziehen Sie die Luft wie einen leckeren Schluck gerade richtig temperierten Milchkaffees ein. Die Bauchdecke wölbt sich entspannt nach außen, die Schultern bleiben, wo sie sind. Wenn Sie merken, dass Ihr Hosenbund stört, lockern Sie ihn jetzt. Lassen Sie die Luft zwei Sekunden in der Lunge, dann öffnen Sie den Mund leicht und atmen auf den Laut „f“ gleichmäßig aus. Wiederholen Sie die Übung drei bis fünf Mal. Sie hat einen angenehmen Nebeneffekt: Sie vertieft nicht nur den Atem, sie nimmt auch ein Stück Aufregung, wenn Sie dann tatsächlich vor der Kamera stehen.

Affentrommeln

Trommeln Sie etwa 30 Sekunden lang wie ein Affe im Urwald neben Ihrem Brustbein mit den Handflächen Ihren Brustkorb ab und singen Sie dabei laut „aaa-eee-iii-ooo-uuu“. Diese Übung macht die Lunge frei. Sie ist für Live-Situationen natürlich nicht zu empfehlen, aber zum Beispiel vor einem Telefoninterview.

Gähnen und Strecken

Stellen Sie sich hin, die Beine etwa hüftbreit auseinander. Dann führen Sie Ihre Arme nach oben und strecken und räkeln sich, so weit es geht. Öffnen Sie dabei den Mund und gähnen Sie nach Herzenslust. Zählen Sie dabei langsam bis zehn, dann lassen Sie die Arme fallen, schließen den Mund und bleiben fünf tiefe Atemzüge stehen. Dann wieder von vorn. Wiederholen Sie die Übung fünf Mal. Bei den letzten beiden Malen formen sie vor dem Lösen einen beliebigen Ton und Atmen mit diesem Ton aus. So kommen Sie Ihrer mittleren Stimmlage näher.

Zungenkreisen

Erst bei geschlossenem Mund mit der Zunge von innen gegen die Wangenmuskulatur drücken und dreimal im Mundraum kreisen. Dann bei weit geöffnetem Mund im Raum zwischen Zähnen und Lippen (also außerhalb der Mundhöhle) mit Ihrer Zunge dreimal in jede Richtung kreisen! Anschließend gut lockern mit einem „brrrrrr“. Die Lippen sollen dabei gehörig flattern. Die Wangenmuskeln und die Zunge sind jetzt einsatzbereit.

Bienenkorb

Atmen Sie langsam aus und wieder ein. Während Sie dann nur durch die Nase Luft ausströmen lassen, summen Sie kräftig und laut „mmmmmmmm“. Die Lippen sind leicht aufeinandergelegt, nicht zusammengepresst. Rund um die Lippen sollten Sie dabei ein leichtes Kitzeln verspüren. Diese Übung sorgt für mehr Volumen, mehr Resonanz und eine tiefere Stimme.

Schnellsprechsätze

Um die Artikulation zu üben, eignen sich Schnellsprechsätze. Lesen Sie zwei oder drei der folgenden Sätze fünf Mal laut und schnell hintereinander! Leise oder gar in Gedanken zu murmeln bringt nichts.

- Sieben Zwerge machen Handstand, drei im Wandschrank, vier am Sandstrand.
- Spröde Schöne, sei mir nicht böse, wenn ich die Öse, die störende, löse.
- Tschechisches Streichholzschächtelchen des griechischen Regisseurs.
- Der Kaplan klebt Pappplakate an.
- Die Streusalzstreuer zahlen heuer keine Streusalzsteuersteuer.

Handout J 1.2-4**Die Stimme aufwärmen****Buch-Tipp**

Sprechübungen gibt es für fast jede Lautkombination. Eine exzellente Quelle bietet „Der kleine Hey“ aus dem Musik-Verlag Schott. Die Übungen wurden Anfang 1900 von Julius Hey als reine Gesangslehre entwickelt, sind aber auch für Sprecher (immer noch) gut nutzbar.

5. Schreib- und Kameratraining in der Gruppe



Tipp

Nehmen Sie Kontakt mit anderen Instituten aus Ihrer Umgebung auf!

Unsere Erfahrung ist: Ein Medientraining läuft am besten, wenn ganz unterschiedliche Fachrichtungen mit jeweils mehreren Teilnehmern vertreten sind. So hat man für jedes Thema genügend „Laien“, die auf die Verständlichkeit achten. Und genügend Fachleute, die gemeinsam zum Beispiel nach einem korrekten Vergleich suchen können.

Zusammen geht es besser – diese Devise gilt auch für das Trainieren von Medienkompetenz. Kollegen können Texte untereinander austauschen und gegenseitig redigieren. Will man den TV-Ernstfall proben, braucht man mindestens einen Partner, der hinter der Kamera steht und die Fragen stellt. Noch besser: eine Gruppe, die ein Urteil abgeben kann zu Körpersprache und Argumentationslinie.

Zugegeben – weitere Mitstreiter für solch eine Übungsgruppe zu finden, kostet Zeit. Aber es gibt ja in Forschungsinstituten auch Foto-AGs und Sportgemeinschaften, für die sich Mitarbeiter engagieren. Warum nicht für eine Medien-Übungsgruppe, die fit macht für den Ausbruch aus dem Elfenbeinturm?

So könnte Ihre Übungsgruppe funktionieren

Eine Schreibgruppe benötigt nur einen ruhigen Besprechungsraum. Einen brauchbaren Camcorder inklusive Stativ und Ansteckmikrofon bekommt man für 350 Euro. Zusammen mit einem Fernseher oder Beamer sind Sie so auch für ein Fernsehtraining gerüstet. Empfehlung für die maximale Teilnehmerzahl in beiden Fällen: sechs bis acht Personen.

Möglicher Ablauf eines Schreibtrainings:

- Beginn: automatisches Schreiben (5–10 Minuten)
- gegenseitiges Redigieren von Texten nach dem Schema aus Übung 3, anschließend Besprechung
- „Redaktionskonferenz“ mit dem Presseverantwortlichen des Instituts
- Abschluss: zusammen eine „Ein-Wort-Geschichte“ erzählen

Automatisches Schreiben

In den 1920er-Jahren in Paris entdeckten die Surrealisten um André Breton die „Écriture automatique“ als neue Quelle der Kreativität. Man schreibt dabei auf, was einem gerade in den Sinn kommt, ohne Rücksicht auf Zusammenhang oder Rechtschreibung und Grammatik. Ganz wichtig: in einem Rutsch durchschreiben, ohne aufzuhören und nachzudenken. Vorher vereinbaren, dass die Texte nicht vorgelesen werden – sonst springt die Zensur im Kopf an. Diese Übung entstaubt die Synapsen und macht den Weg frei für neue Ideen.

Die Redaktionskonferenz

Die Teilnehmer wählen ein Thema aus ihrem Arbeitsgebiet und überprüfen seine Medientauglichkeit anhand der Nachrichtenfaktoren aus Kapitel 1. Anschließend versuchen sie, ihr Thema in einer fiktiven Redaktionskonferenz möglichst gut zu „verkaufen“. Ziel dieser Übung: Schlüpft man einmal selber in die Rolle eines Journalisten, bekommt man ein Gefühl dafür, wie die Medienvertreter „ticken“. Der Presseverantwortliche des Instituts als „Chefredakteur“ bekommt Ideen für die nächste Pressemitteilung.

Ein-Wort-Geschichte

Diese Übung stammt aus dem Improvisationstheater. Die Teilnehmer stehen in einem Kreis und erzählen in mehreren Runden gemeinsam eine Geschichte. Pro Runde darf jeder aber nur ein Wort beisteuern! Eine gute Story kann daraus nur dann entstehen, wenn die Teilnehmer a) kurze Sätze hinbekommen und b) die Protagonisten der Geschichte aktiv handeln lassen. Ziel der Übung: Die zwei wichtigsten Prinzipien für verständliches Schreiben prägen sich sehr gut ein. Vor allem aber: Es stärkt das Gemeinschaftsgefühl und bringt Spaß.

Zusammen gegen das Lampenfieber

Möglicher Ablauf eines Kameratrainings:

- Beginn: Atem- und Körperübungen aus dem vorigen Kapitel
- Die Teilnehmer interviewen sich gegenseitig mit Kamera und Mikrofon, anschließend gemeinsame Auswertung der Aufnahmen
- Vom Beispiel anderer lernen: Fernseh- und Radiomitschnitte auswerten
- Abschluss mit Rhetorikübung: freies Assoziieren vor der Kamera



Tipp

Eine Variante des automatischen Schreibens hilft auch bei Schreibblockaden: Schreiben Sie auf – ohne anzuhalten! – was Ihnen spontan zu Ihrem Thema einfällt. Nach zehn Minuten haben Sie durch dieses Brainstorming ohne Rücksicht auf Logik und Struktur so viel Material produziert, dass Sie in den meisten Fällen damit weiterarbeiten können.

Selber Interviews führen

Nehmen Sie sowohl „Statements“ auf wie auch „Live-Gespräche“ (siehe Kapitel E 12.3). Natürlich wird diese Übung nicht ein Medientraining mit einem echten Journalisten ersetzen. Doch ein Kollege aus dem gleichen Arbeitsbereich kann sich bestimmt einige heikle oder schwer zu beantwortende Fragen ausdenken, die Sie ins Schwitzen bringen. Nutzen Sie die Nachrichtenfaktoren aus Übung 1, um die Fragen auf ihre Relevanz für die Medien zu überprüfen.

Für die gemeinsame Auswertung der Aufnahmen ist folgende Checkliste sehr nützlich. Teilen Sie die Anwesenden in drei Gruppen ein, die jeweils nur auf einen Bereich achten (Sprache, Körpersprache, Inhalt).

| | | -- | - | 0 | + | ++ | |
|--------------------------------------|-----------------------|----|---|---|---|----|---------------------------|
| Sprache | | | | | | | |
| Lautstärke | zu leise | | | | | | zu laut |
| Sprechtempo | zu langsam | | | | | | zu schnell |
| Aussprache | undeutlich | | | | | | übertrieben |
| Modulation | monoton | | | | | | unruhig |
| Pausen | zu wenige | | | | | | zu viele |
| Länge der Sätze | zu kurz, abgehackt | | | | | | zu lang, verschachtelt |
| Füllwörter („also“, „doch“) | keine | | | | | | sehr viele |
| Anzahl der „Äh“-Laute | keine | | | | | | sehr viele |
| Körpersprache | | | | | | | |
| Gestik | keine, eingefroren | | | | | | zu viel, hektisch |
| Mimik | starr | | | | | | übertrieben |
| Haltung (Oberkörper, Beine, Füße) | steif | | | | | | unruhig |
| Blickkontakt | zu wenig | | | | | | „aufdringlich“ |

| Inhalt | | | | | | | |
|---|-----------------------|--|--|--|--|--|------------------------------|
| Argumentation | unstrukturiert | | | | | | strukturiert |
| Beispiele | keine oder unpassende | | | | | | viele gute |
| Verständlichkeit (Fachbegriffe ersetzt/erklärt, kein Nominalstil, aktive Formulierungen) | unverständlich | | | | | | verständlich, interessant |
| Die Idealwerte sind grau markiert. | | | | | | | |

Checkliste J 1.2-1 Vorlage zum Auswerten von Interviews

Von anderen lernen

Waren Mitarbeiter Ihres Instituts kürzlich im Radio oder Fernsehen? Vielleicht hat Ihr Pressebeauftragter davon Mitschnitte. Sehr nützlich ist es, wenn der Betreffende bei der Auswertung dabei ist und von seinen Erfahrungen mit dem Kamerteam im Labor oder gar im TV-Studio erzählt. Ansonsten: Fragen Sie Ihre Kinder, mit welchen Methoden man interessante Interview-Clips von den Webseiten der Fernsehsender herunterlädt ...

Rhetorik-Übung

Das freie Assoziieren vor der Kamera ist verwandt mit dem automatischen Schreiben. Alle Teilnehmer notieren dazu ein Stichwort auf einen Zettel (etwa „Tisch“, „Bruttosozialprodukt“) und werfen ihn in einen Karton. Jeder muss dann einen Begriff ziehen und dazu sofort – ohne Vorbereitung! – eine Stegreifrede von etwa einer Minute vor der Kamera halten. Wie beim automatischen Schreiben gilt: Nie aufhören zu reden, im Zweifelsfall immer wieder „Jetzt fällt mir nichts ein“ sagen, bis die nächste Idee kommt. Die Übung fördert die Schlagfertigkeit, die man zum Beispiel im Interview braucht, um auf überraschende Einwände oder Fragen zu reagieren



Tipp

Alle hier vorgestellten Übungen haben wir in unseren Medientrainings erfolgreich erprobt. Trotzdem kann man dabei in ungewohnte Situationen geraten. Deshalb ist es wichtig zu vereinbaren, dass nichts aus einem Gruppentraining nach außen dringt. In solch einem geschützten Rahmen ist dann auch ein Black-out vor der Kamera kein Beinbruch.

Sind unsere Vorschläge auf fruchtbaren Boden gefallen, und Sie haben eine Medientrainingsgruppe an Ihrem Institut gegründet? Wir würden uns freuen, von Ihren Erfahrungen zu hören!

Literatur

- [1] Birkenbihl, V. F. (2008): Rhetorik Training kompakt. München.
- [2] Hey, J.; Reusch, F. (Bearb.) (2006): Der kleine Hey. Die Kunst des Sprechens. Mainz.
- [3] Maschnig, M. (2007): 30 Minuten – Körpersprache verstehen. Offenbach.
- [4] Molcho, S. (2005): Körpersprache des Erfolgs. München.
- [5] Vlcek, R. (2009): Praxis Buch Workshop Improvisationstheater: Übungs- und Spielesammlung für Theaterarbeit, Ausdrucksfindung und Gruppendynamik. Donauwörth.

Informationen zu den Autoren:

Monika Wimmer, Wolfgang Richter, Sabine Fromm und Dr. **Katja Flieger** sind ausgebildete Wissenschaftsjournalisten. Sie arbeiten für Tageszeitungen und Magazine wie die Süddeutsche Zeitung, ZEITWissen und bild der wissenschaft ebenso wie für Hörfunk- und Fernsehredaktionen von BR, WDR und rbb. Zudem verfügen sie über langjährige Erfahrung in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Medizin und Wissenschaft.

Gemeinsam haben sie 2004 das Unternehmen „Medientraining für WissenschaftlerInnen“ gegründet. In ihren Workshops geben sie weiter, wie man die Hürden in der Kommunikation zwischen Wissenschaft und Medien überwindet.

Kontakt:

www.medientraining-fuer-wissenschaftler.de
info@medientraining-fuer-wissenschaftler.de