AIZ Das Immobilienmagazin

Wohnimmobilien-Trends 2007

Was Käufer suchen und wo sie es finden





Wohnungsprivatisierung als Exit Welche Immobilien, welche Standorte?

EigentümerversammlungWie viel Medientechnik sollte sein?

Vorsicht - Fallstricke bei Interviews

Informative Interviews machen Immobilienanbieter zu gefragten Gesprächspartnern

Von Daniel Görs

Für Tageszeitungen, aber auch für führende Internetportale und Fernsehsender sind Immobilienprofis in den letzten Jahren immer wichtiger geworden. Wenn es um aktuelle und um kontroverse Themen wie Mietpreisentwicklungen, Nebenkostenabrechnungen, neue Vermarktungswege oder Einsparmöglichkeiten durch Niedrigenergiehäuser geht, setzen immer mehr Medien auf die fundierte Meinung und auf das Fachwissen von Immobilienmaklern und -verwaltern.

Stolpersteine in Interviews sind vermeidbar

Das ist erfreulich, birgt für den Immobilienprofi aber auch das Risiko, im Interview über diverse Fallstricke zu stolpern. Doch wie können Immobilienanbieter im Gespräch mit Journalisten solche Stolpersteine geschickt umspielen? Wie wirken Immobilienmakler in einem Journalistengespräch wirklich professionell? Wie lassen sich Phrasendrescherei und "Politiker-

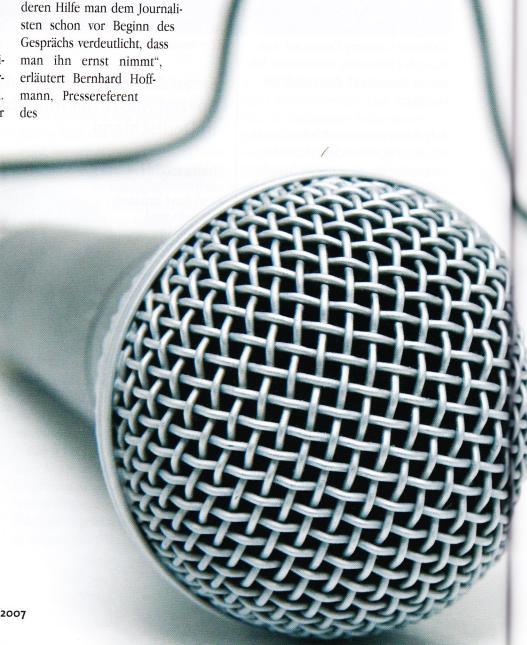
Das "perfekte" Interview gibt es nicht. Dennoch kann mittels einer entsprechenden Vorbereitung und durch die Beachtung einiger goldenen Regeln im Interviewablauf selbst ein jederzeit souveränes Journalistengespräch entwickelt und durchgeführt werden.

deutsch" vermeiden?

Medienvertreter als "Kunden" wahrnehmen

Journalismus ist ein schnelles Tagesgeschäft. Deshalb sollten Immobilienanbieter auch bereit sein, ein Interview am Telefon zu geben und keinesfalls auf ein Vier-Augen-Gespräch bestehen. Wichtigster Grundsatz für den Immobilienprofi: er sollte den Journalisten beim Interview wie einen Kunden behandeln und sich für den Berichterstatter entsprechend viel Zeit nehmen. "Es gibt viele kleine Details, mit deren Hilfe man dem Journalisten schon vor Beginn des Gesprächs verdeutlicht, dass man ihn ernst nimmt", erläutert Bernhard Hoffmann, Pressereferent

IVD West, "Dazu gehört es beispielsweise, sich mit dem Gesprächspartner nicht an den Chef-Schreibtisch zu setzen, sondern ihm einen Platz an einem Besprechungstisch anzubieten. Das wirkt direkter und zwangloser."



Vorbereitung statt Phrasendrescherei

Rund um ein professionelles Interview sind jedoch noch mehr Punkte wichtig. Es empfiehlt sich beispielsweise, das Interview in möglichst ungestörter Atmosphäre durchzuführen, das heißt in dieser Zeit keine Anrufe entgegen zu nehmen. Nur so ist ein guter Gesprächsfluss möglich. Das genaue Thema des Interviews und die wesentlichen inhaltlichen Schwerpunkte können vorab in einem kurzen telefonischen Briefing abgeklärt werden. Das ermöglicht eine gute Vorbereitung und erleichtert später den Einstieg ins Gespräch. Um fachlich glänzen zu können, sollten vorab relevante Unternehmensdaten recherchiert und ein paar ergänzende Unterlagen zusammengestellt werden. Die berühmte Phrasendrescherei lässt sich dadurch vermeiden. "Der Nachrichtenwert eines Interviews wird zusätzlich erhöht, wenn innerhalb des Gespräches auch Informationen weitergegeben werden, die in dieser Form noch nicht überall zu lesen waren", ergänzt Hoffmann.

weise nicht mehr mitschreibt, interessieren ihn die Ausführungen nicht, und man kann zur nächsten Frage übergehen", weiß Hoffmann.

Fachbegriffe können verwirrend wirken

Unbekannte oder schwer verständliche Fachbegriffe ("Fachchinesisch") sind oft verwirrend und sollten deshalb in einem Interview entweder vermieden oder entsprechend erklärt werden. Ein häufig gemachter Fehler: der Redakteur wird nur mit feststehenden Formulierungen aus der Unternehmensphilosophie "zugetextet." Damit liegt man zwar voll auf Unternehmenslinie, aber für den Interviewer sind diese allgemein bekannten Informationen wenig hilfreich. Diese kann er schließlich auch aus der Imagebroschüre oder auf der Homepage finden.

Im Gespräch: Auf das Gegenüber achten

Bei der Gesprächsführung kommt es vor allem darauf an, Blickkontakt zum Interviewer zu haben und auf den Gesprächspartner zu achten. Beispielsweise gibt man dem Journalisten durch Zwischenfragen wie "Spreche ich zu schnell?" das Gefühl, dass er ernst genommen wird. Es gibt Signale, mit deren Hilfe sich innerhalb des Gesprächs erkennen lässt, ob die Dosierung des Inputs ausreichend ist. "Wenn der Journalist beispiels-

Ihm kommt es innerhalb des Interviews vielmehr auf die persönliche Einschätzung eines Experten zu einem bestimmten Thema an. Diese eigene Sicht der Dinge macht das Interview im Endeffekt für den Journalisten interessant und für den Leser attraktiv.

Fazit: ein gut vorbereitetes und professionell durchgeführtes Interview macht Immobilienprofis zu begehrten Ansprechpartnern von Medienvertretern, unterstreicht die eigene Kompetenz und ist eine mehr als gute Referenz für jedes Immobilienunternehmen.

Daniel Görs

Daniel Görs ist Leiter Corporate Communications bei Immonet.de