

Stefan Wagner

Aufnahme läuft

Ihr erfolgreicher Medienauftritt



Interviews meistern mit
dem Intomedia-Prinzip

LEBERREUTER

Inhalt

Vorwort	7
Die Dreiecksbeziehung: Journalisten, Interviewpartner und Rezipienten	11
Das Gestaltungsrad	14
Das Interview	17
Das magische Dreieck	19
Die Zielgruppe	21
Die Bedürfnispyramide	21
Breitenwirkung	29
Die richtige Vorbereitung	31
Die Checkliste	33
Die journalistische Matrix	43
Anlass - Thema - Aspekt	43
Wissen, Meinung und Erfahrung	47
Der Intomedia-Zielgruppen-Check	47
Funktionen der Interviewpartner	51
1. Interessenvertreter	51
2. Experten	56
3. Betroffene	58
4. Prominente	61
Bilanz der Rollen im Interview	62
Das Intomedia-Botschaften-Ranking	63
Der 3-Block	65
Das 3-Block-Modell	66
Der erweiterte 3-Block	68
Die Trinität des Mediums	73
Der Trinität erster Teil: Das Verstehen	74
Der Trinität zweiter Teil: Das Merken	76
Der Trinität dritter Teil: Das Weitersagen	78
Thalamus und Mandelkern	83
Die 4 Säulen der Nachricht oder: Der Mehrwert der Information	87
Das A-Quartett: die 4 Säulen der Information	88
Das Image	95
Die positive Imageleiste	96
Image durch Formulierungen und Inhalte	97
Image durch Sprache und Stimme	104
Verhalten und Image	109

Körpersprache und Image	111
Das Image und äußere Zeichen	117
Farbe der Kleidung	118
Zubehör und Ihr Image	121
Dinge und Ihr Image	122
Make-up und Ihr Image	125
Der Meta-Dialog	127
Das 3-Stufen-Modell	129
Die Meta-Gesprächsebenen	135
1. Ebene: Mimik, Gestik und Haltung	136
2. Ebene: Die Stimme	141
3. Ebene: Äußere Umstände und innere Zustände	143
Bewertungen auf der Meta-Ebene	146
Das Selbstwertgefühl	151
Die Felder des Selbstwertgefühls	152
Live-Interview, Diskussion und Talk	161
1. Rhetorische Maßnahmen	161
2. Dramaturgische Strategien	170
3. Themenmanagement und Image	174
4. Transitions	176
5. Das starke Ende	179
Print	183
Kriterien zur Attraktivität von Printartikeln	184
On und Off	185
Zur Vorbereitung eines Printinterviews	187
Interviews unter Zeitdruck	188
Interviews mit Zeit und Muße	188
Gestalten Sie das Interview	189
Über die Vergleichbarkeit der Gestaltungsformen in den Medien	189
Neue Medien – das Web 2.0	193
Die bekanntesten Web-2.0-Seiten	195
Was unterscheidet das Web 2.0 von den „guten alten Medien“?	197
Wieso nützen Menschen das Web 2.0?	199
Wie können Sie das Web 2.0 nützen?	202
Die drei goldenen Regeln für Kommunikation in sozialen Netzwerken	205
Zu guter Letzt	207
Der Autor	208
Literatur	208