

Die Kameraübung – Statements und Gespräche vor laufender Kamera

Trainerin: Evelyn Bargs-Stahl

Inhalt

1. Was sagen Sie?
 - 1.1. Faktenauswahl
 - 1.2. Gliederung
 - 1.3. Einstieg
 - 1.4. Mündliche Überschriften
 - 1.5. Abschluss
2. Wie sagen Sie es?
 - 2.1. Verbale Ebene
 - 2.1.1. Alltagssprache
 - 2.1.2. Stimme
 - 2.2. Nonverbale Ebene: Körpersprache
3. Jetzt haben Sie das Wort
 - 3.1. Ihr Auftritt
 - 3.2. Gut in Szene gesetzt
 - 3.3. Mehr als ein Augenblick
4. Und wenn...
 - 4.1. ... Sie sich versprechen ?
 - 4.2. ... Sie den Faden verlieren?
 - 4.3. ... Sie *live* auf Sendung gehen?

Statements oder Gespräche vor laufender Kamera

1. Was sagen Sie?

1.1. Faktauswahl: Was ist wichtig, was ist entbehrlich?

Behalten Sie den Überblick und verlieren Sie sich nicht in Details.

Sollten Sie nur wenig Zeit haben, so überlegen Sie, was für die Zielgruppe am wichtigsten ist und auf welche Fakten Sie verzichten können. Zuviel Information verwirrt und überfordert Ihr Publikum.

Grundsätzlich gilt: Verständlichkeit geht über Vollständigkeit, da Detailwissen oft uninteressant ist für Zuschauer.

1.2. Gliederung

Ihre Zuhörer müssen Ihnen gedanklich entlang eines roten Fadens folgen können. Dazu sollten Sie die Fakten strukturieren, damit die Zuhörer den logischen Zusammenhang bestmöglich nachvollziehen können. - Welche Fakten wollen Sie in welcher Reihenfolge darlegen? Was ist wichtig und muss am Anfang genannt werden; welche Details sind weniger wichtig und können am Ende genannt werden? Dazu gehört eine sprachliche Gliederung am Anfang Ihres Statements.

Auch ein mündliches Statement besteht aus Anfang, Hauptteil und Schluss. Im Hauptteil sollten Sie zunächst die wichtigen Fakten nennen und später mit Erklärungen abstützen. Bringen Sie Ihre Aussagen kurz und präzise auf den Punkt, so sind sie besser verständlich und bleiben im Gedächtnis.

1.3. Einstieg: Finden Sie einen guten Aufhänger

Die Strategie: Aufmerksamkeit von Beginn an wecken. Sie erreichen dies, indem Sie die Zuhörer da abholen, wo sie stehen: In ihrer eigenen Erlebniswelt. Finden Sie einen Bezug zur Alltagswelt des Publikums? Geht es möglicherweise um ein Problem, das viele Menschen betrifft? Können Sie an aktuelle Themen anknüpfen? Gibt es eine aktuelle Nachricht zu Ihrem Thema? Oder fällt Ihnen eine interessante oder spannende Episode zum Einstieg ein? Sie können eingangs auch Ihr Instrumentarium oder Ihre Arbeitsweise schildern. Denn wissenschaftliche Laien haben oft keinerlei oder eine falsche Vorstellung von Ihrer Tätigkeit.

1.4. Mündliche Überschriften

Auch im mündlichen Statement, Vortrag oder Gespräch können Sie Überschriften platzieren, die den Zuhörern im Gedächtnis bleiben. Manchmal reicht ein prägnanter Begriff („Genföhre“ für Vektor in der Gentechnologie), oder Sie denken sich kleine Sätze/Überschriften aus, die „haften“ bleiben („Man ist, was man isst“).

Auch Wiederholungen sind wichtig, denn durch sie setzt sich der Inhalt. Dazu kommt: Wer Fakten beim ersten Mal nicht verstanden hat, hat in der Wiederholung eine zweite Chance.

1.5. Abschluss

Die Strategie: Bleiben Sie in Erinnerung.

Beenden Sie Ihr Statement mit einer kurzen Zusammenfassung der wichtigsten Punkte. Vielleicht können Sie einen Bogen zum Anfang schließen, das macht die ganze Sache „rund“. Oder Sie stellen eine markante These auf und geben einen spannenden Ausblick in die Zukunft.

2. Wie sagen Sie es?

2.1. Verbale Ebene

Die Art Ihrer Sprache ist abhängig von der Zielgruppe. Fachsprache können Sie nur dann verwenden, wenn Sie mit KollegInnen des engeren Fachbereichs sprechen. Schon auf einer interdisziplinären Tagung müssen Sie in die Alltagssprache wechseln. Auch mit Vertretern von Wissenschaftsverwaltungen, beispielsweise DFG oder Universität, sollten Sie in der „Laiensprache“ reden, denn nur dann versteht Sie wirklich jeder/jede. Gleicher gilt für Gespräche mit interessierten Laien (z.B. BürgerInnen beim „Tag der offenen Tür“, Podiumsdiskussion), Journalisten, Politikern und Gesprächspartnern aus der Wirtschaft.

2.1.1. Alltagssprache

Verwenden Sie nur allgemein bekannte Wörter und Begriffe. Sollten Fachbegriffe nicht zu vermeiden sein, dann sollten Sie diese allgemein verständlich erklären. Suchen Sie nach Bildern, Beispielen und Metaphern, mit deren Hilfe Sie komplizierte Sachverhalte erklären können. So knüpfen Sie an die Erlebniswelt der Zielgruppe an. Gute Beispiele und Metaphern fallen Ihnen aber nicht spontan ein. Denken Sie also gründlich darüber nach,

und legen Sie sich passende und anschauliche Beispiele sprachlich so zurecht, dass sie Ihnen leicht über die Lippen kommen.

Nehmen Sie sich genug Zeit, die oft schwierigen Sachverhalte verständlich darzulegen.

Hier gilt: Verständlichkeit geht über Vollständigkeit. Detailwissen ist oft uninteressant für Ihre Zuhörer.

Kurze Haupt- und Nebensätze erleichtern das Verstehen des Inhalts. Erst recht beim gesprochenen Wort, denn der Zuhörer muss Ihnen gedanklich folgen können. Versteht er den ersten Schritt nicht, dann wird auch der zweite Schritt unverständlich bleiben, denn er kann nicht eben noch einmal nachlesen.

Machen Sie logische Zusammenhänge sprachlich deutlich (indem, obschon, obwohl, im Gegensatz dazu, demzufolge...).

Nicht zuletzt sollten Sie den gefürchteten Nominalstil tunlichst vermeiden: Je mehr Verben vorkommen, desto verständlicher und anschaulicher ist das Gesagte.

2.1.2. Stimme

Hier geht es um Sprachmodulation, Tempo und Lautstärke. Versuchen Sie die Stimme zu heben und zu senken und achten Sie auf Sprechpausen, sonst wird es langweilig und der Zuhörer steigt mental aus.

Auch wenn Sie nur wenig Zeit für ein Statement haben: Lassen Sie sich nicht dazu hinreißen, besonders schnell zu sprechen, um möglichst viele Fakten zu erwähnen.

Sprechen Sie vielmehr akzentuiert und in einem angemessenen Tempo. Es gelten zwei Faustregeln:

1. Je komplizierter ein Sachverhalt ist, desto langsamer und deutlicher müssen Sie ihn ausführen.
2. Je sicherer sich jemand seines Themas ist, desto lauter und klarer ist die Aussprache einzelner Worte im Allgemeinen.

2. 2. Nonverbale Ebene: Körpersprache

Wir verstehen und sprechen die Körpersprache instinkтив und unbewusst. Gerade deshalb schreiben wir diesen nonverbalen Signalen eine hohe Glaubwürdigkeit zu.

Unsere Wirkung auf Andere beruht zu

- 55% auf der Körpersprache
 - Körperhaltung (inklusive Kopf- und Beinhaltung)
 - Gestik (Handgesten)
 - Mimik (auch Blickkontakt)
- 38% auf der Stimme
- 7 % auf dem Gesagten selbst.

In der Psychologie liefern nonverbale Signale sogar bedeutendere Erkenntnisse als das tatsächlich Gesagte. Stimmen verbale Äußerungen und nonverbale Signale überein, so erscheint uns eine Person oder ein Redner als äußerst überzeugend und sympathisch. Diese Übereinstimmung beider Signalebenen bezeichnet man als Kongruenz: Nehmen Sie also eine offene, einladende Körperhaltung ein.

Doch die Körpersprache funktioniert nicht nur in eine Richtung, sie wirkt auch auf uns zurück. Beispielsweise hat aufrechtes Gehen eine große Wirkung auf Gesundheit, Psyche und Erscheinungsbild.

Das SMILE-Experiment: Verbessern Sie Ihre Laune!

Klemmen Sie einen Stift ca. eine Minute zwischen Ihre Zähne ohne mit ihm Ihre Lippen zu berühren. – Hierbei werden dieselben Gesichtsmuskeln beansprucht, die Sie auch zum Lächeln heranziehen. Dies führt zu einer Hormonausschüttung, die Ihre Laune tatsächlich verbessert: Ihr Lächeln wird „echt“ werden.

3. Jetzt sind Sie am Zug

Klären Sie vor dem Gespräch oder Statement, wie viel Zeit Ihnen zur Verfügung steht. Sollten Sie nur wenig Zeit haben, so überlegen Sie, was für die Zielgruppe am wichtigsten ist und auf welche Fakten Sie verzichten können.

3.1. Ihr Auftritt

Kurt Tucholsky hat einmal gesagt: „Versuche nicht Effekte zu erzielen, die nicht in Deinem Wesen liegen“. Will heißen: Bleiben Sie sie selbst! Sie dürfen nervös sein, denn schließlich sind Sie kein Kamera-Profi.

Wie bei fast allen Dingen im Leben, so sind auch bei einer Kameraaufnahme oder einer Podiumsdiskussion die richtige Einstellung und Ihre Tagesform, mit der Sie Ihre „Bühne“ betreten, ausschlaggebend. Bedenken Sie: Sie sprechen gerne über Ihre Forschungsergebnisse oder Forschungsvorhaben! Alle hören Ihnen zu: Das ist doch prima! Sie haben die ungeteilte Aufmerksamkeit einer mehr oder weniger großen Menschengruppe. Also freuen Sie sich und strahlen Sie diese Freude und Begeisterung aus. Atmen Sie tief durch und legen Sie los. Vergessen Sie nicht: Sie sind gut vorbereitet, alles wird wunderbar laufen.

Übung: So fühlen Sie sich sicher!

Ziehen Sie Ihre Schuhe aus und stellen Sie sich auf Strümpfen vorsichtig auf zwei Tennisbälle. Balancieren Sie Ihre Bewegungen aus und versuchen Sie ungefähr 30 sec relativ ruhig und konzentriert auf den Bällen zu stehen.

Nach dieser Übung werden Sie eine ungeheure Standfestigkeit auf festem Boden haben. Diese Standfestigkeit wird Einfluss auf Ihre äußere und innere Haltung haben: Sie werden sich Ihrer Sache vollkommen sicher fühlen.

3.2. Gut in Szene gesetzt

Kleiden und schminken Sie sich dem Anlass angemessen und vor allem so, dass Sie sich wohl fühlen. Wenn Sie normalerweise nie einen Anzug mit Krawatte oder ein Kostüm tragen, dann tun Sie es auch nicht vor der Kamera. Denn Sie würden sich verkleidet fühlen und sich wahrscheinlich unnatürlich benehmen. Eine Jeans und ein gutes Sakko (mit eleganter Bluse oder elegantem Hemd, auch ohne Krawatte) sind durchaus gesellschaftsfähig.

Tragen Sie keine kleinen Muster, zum Beispiel kariert oder Tweed. Denn diese überfordern meist die elektronischen Kameras und führen zu Dauerflimmern. Auch tiefes Schwarz oder reines Weiß als einzige Farbe sind nicht zu empfehlen. Ein einzelnes Kleidungsstück (Hemd, Pullunder, Weste) in diesen Farben ist aber unproblematisch. Verlassen Sie sich im Zweifelsfall auf den Kamera-Profi: Er weiß am besten, wie man Sie „gut in Szene“ setzt“.

3.3. Mehr als ein Augenblick

Goldene Regel: Halten Sie immer Blickkontakt. Falls Sie einen direkten Gesprächspartner (zum Beispiel einen Journalisten) haben und eine Kamera Sie dabei aufnimmt, dann schauen Sie nicht ins Objektiv, sondern halten Sie Blickkontakt mit Ihrem Gegenüber. Denn der Mensch ist ein so genanntes „Augentier“: Über 80% aller Stimuli werden über

die Augen aufgenommen. Dabei ist ein guter Augenkontakt nicht starr: Die Pupille ist in Bewegung, der Blick wandert von einem Auge zum anderen.

Tipp: Profis blicken am Ende der Antwort/des Gesprächs noch einmal kurz in die Kamera. Nur wenn Sie explizit dazu aufgefordert werden, ein Statement „in die Kamera“ abzugeben, sollten Sie diese fixieren. In diesem Fall stellen Sie sich dabei am besten keine Zuschauermenge, sondern einen einzelnen konkreten Zuschauer vor.

4. Und wenn...

4.1. ... Sie sich versprechen?

Kein Problem, das ist menschlich. Sofern Ihr Statement nicht live gesendet wird, kann man es beliebig oft wiederholen. Denken Sie daran: Sie arbeiten mit einem TV- oder Hörfunk-Profi. Diese kennen die Situation und haben in der Regel ebenso viel Erfahrung wie Geduld.

Beim Live-Interview sollten Sie nach einem Versprecher einfach weiterreden.

Entschuldigen Sie sich nicht, denn das lenkt die Aufmerksamkeit auf den Versprecher.

Bleiben Sie souverän: Korrigieren Sie sich – am besten lächelnd - und fahren Sie unabirrt in Ihrem fort. Wahrscheinlich macht ein Versprecher Sie sogar noch sympathischer für den Zuhörer.

4.2. ... Sie den Faden verlieren?

Nur keine Panik. Auch das passiert jedem einmal. Halten Sie kurz inne und gehen gedanklich zum letzten Punkt zurück. Konzentrieren Sie sich und nehmen Sie den Faden („Wie ich schon sagte..“) - lächelnd - wieder auf.

4.3 ... Sie *live* auf Sendung gehen?

Die Königsdisziplin der Kameraaufnahmen. Für Live-Sendungen gelten eigene Regeln und Gesetze. Dieser Situation sollten Sie sich nur aussetzen, wenn Sie sich wirklich absolut sicher fühlen und sehr gut vorbereitet sind.