

# #07 HOW TO – VERBALE DUELLIERUNG IST WICHTIG



## In eigener Sache: Der [new business- Podcast](#) setzt auf spannende Gäste und nervige Fragen

Heiko Burrack, Moderator/Host des ‚new business- Podcasts‘ und Geschäftsführer New Business Advice

### Learnings aus knapp einem Jahr Podcasting

Seit Anfang 2020 hoste ich den ‚new business- Podcast‘. Mit ganz unterschiedlichen Gesprächspartnern diskutiere ich hier über Neukundengeschäft der Agenturen und deren Positionierung.

#### 1. Bock auf Zoff I

Nach meiner subjektiven Wahrnehmung herrscht in vielen Podcasts zu viel Harmonie und Übereinstimmung. Die ersten Minuten werden damit gefüllt, dass man sich total darüber freut, endlich einen Podcast miteinander aufnehmen zu können. Es folgen gegenseitige Komplimente und die Lobhudelei erstreckt sich, wenn nicht verringert, über die gesamte Aufnahme. Freundlichkeit ist ohne Frage wichtig. Aber man darf dabei eben nicht stehen bleiben. Wenn ich an meinem Gesprächspartner interessiert bin, und das bin ich immer, dann möchte ich ihn oder sie auch verstehen. Und dazu muss man eben auch mal die eine oder andere nervige Frage stellen. Ein wenig tiefer bohren, ist aus meiner Sicht nicht Pflicht, sondern Kür und unbedingt notwendig.

#### 2. Bock auf Zoff II

Beschreite ich den Weg der „nervigen Fragen“, so werden die meisten Leser erwarten, dass viele meiner Gesprächspartner davor zurück schrecken. Nach meiner Wahrnehmung ist aber das genaue Gegenteil der Fall. Die allermeisten schätzen die verbale Auseinandersetzung. Sie haben genauso Lust sich zu duellieren, wie ich Spaß daran habe. Sie wollen hinterfragt werden und möchten herausfinden, ob ihre Argumente stechen. Ein Beispiel: Während eines Interviews hat mein Gesprächspartner meine Fragen als Häresie betitelt. Ich habe dies natürlich als Kompliment verstanden. Erstaunlich, oder eben auch nicht, hat sich unser Gespräch auf der Webseite des Unternehmens wiedergefunden.

#### 3. Kein Bock auf Zoff

Es versteht sich von selbst, dass das gepflegte Streitgespräch an seine Grenzen stößt. Die gilt besonders dann, wenn mir die Inhalte wenig vertraut sind oder so emotional sind, dass sich eine Eskalation verbietet. In die erste Kategorie fällt für mich das Thema eSport.

In die zweite gruppiere ich Gespräch mit Entscheidern aus Italien oder Spanien. Hier wollte ich zu Beginn der Corona-Pandemie mehr über die dortige Lage wissen. Es verschlug mir schlicht die Sprache.

#### 4. Kein Eigen- PR- Podcast

Gerade im Kommunikationsbereich gibt es genug Möglichkeiten der Eigen-PR. Mein Podcast ist dafür der falsche Platz. Genau das sage ich auch meinen Interviewpartnern im Vorgespräch. Und dies gilt natürlich auch für mich. Die meisten meiner Gäste halten sich auch an diese Vereinbarung. Aber es gibt durchaus noch Luft nach oben, da einige Interviewpartner trotzdem immer wieder sich und ihr Unternehmen loben. Da ich aber der festen Überzeugung bin, dass die meisten Zuhörer an solchen Inhalten kein Interesse haben, sende ich sie nicht.

#### 5. Interviewpartner gut anhören lassen

Die Qualität von Podcasts kann auch darunter leiden, dass zu viele Versprecher, die berühmten Ähs und dergleichen, das Gespräch unnötig in die Länge ziehen. Außerdem ist die Zeit meiner Zuhörer dafür zu kostbar. Ich versuche also alle diese leeren Inhalte zu entfernen. Ich erinnere mich an eine Kollegin, wo kurz vor Beginn der Aufnahme ein Rohrbruch das Büro beschädigt hat. Entsprechend durch den Wind war sie zumindest zu Beginn der Aufnahme. Nachdem sie den finalen Podcast gehört hat, bedankte sie sich bei mir „für den guten Schnitt“.

Ich muss nicht hinzufügen, dass es sich von selbst verbietet, Inhalte umzuschneiden oder andere unfaire Praktiken anzuwenden.

#### Heiko Burrack

ist freier Autor und Gründer von New Business- Advice aus Freiburg. Burrack berät Agenturen und Unternehmen bei der strategischen und operativen Neukundengewinnung und ist zudem Host der Podcasts von ‚new business‘.



© Heiko Burrack