

So schreiben Sie einen guten Leserbrief oder Online-Kommentar

Seien Sie aktuell!

Eine Zeitung druckt für gewöhnlich einen Leserbrief nur dann ab, wenn er sich auf einen kürzlich in dieser Zeitung erschienen Artikel bezieht. Beiträge, die nicht einen Tag nach der Veröffentlichung in der Redaktion sind, kommen oft schon nicht mehr zum Zuge.

Bei Online-Kommentaren zu einem Artikel ist das zwar etwas anders, aber die meisten Leser erreicht man auch hier, wenn man möglichst zeitnah nach Erscheinen kommentiert.

Schlüssiger Aufbau!

Leserbriefe werden gekürzt, wenn sie zu lang sind, oder erst gar nicht veröffentlicht. Bei Online-Kommentaren steht häufig nur eine begrenzte Zeichenzahl zur Verfügung.

Am besten stellen Sie nur kurz den Bezug zum Artikel her (bitte nicht alles wiederholen, was in dem Artikel steht) und konzentrieren sich dann auf zwei bis drei Aussagen. Vermeiden Sie, zu sehr ins Detail zu gehen und bringen Sie mit einem knackigen Satz Ihre Meinung am Ende nochmals auf den Punkt. Insgesamt: besser kurz, als lang, besser zugespitzt, als langweilig.

Sachlich bleiben!

Es geht um Argumente und Fakten, nicht um Polemik oder darum, dass sie der Redaktion „mal ordentlich Bescheid sagen wollen.“ Schimpfworte und Beleidigungen sind selbstverständlich absolut tabu.

Absätze, Aufzählungen

Falls es möglich ist, gliedern Sie Ihren Text mit Absätzen. Pro Absatz ein Sinnzusammenhang und anschließend noch mal prüfen, ob der Aufbau logisch ist.

Informieren Sie den zuständigen Redakteur

Senden Sie Ihren Leserbrief per E-Mail an die Leserbriefredaktion der Zeitung. Versuchen Sie herauszufinden, wer den Artikel geschrieben hat und nehmen Sie – falls möglich – den Journalisten in E-Mail-Kopie (cc).

Nachfragen!

Wenn die Leserbriefredaktion den Leserbrief nicht abgedruckt hat oder den Online-Kommentar nicht veröffentlicht, fragen Sie nach einigen Tagen freundlich nach. Welche Gründe gab es für die Nicht-Veröffentlichung?