

Leserbriefe: "Machen Sie mal was ...!"

Von Christoph A. Zörb

Jeder bekommt die Zeitung, die er verdient. Wem alles egal ist, was im "Blättle" steht, der macht es den Redakteuren einfach. Wo Leser das Geschriebene kritisch begleiten, müssen die Journalisten Rücksicht nehmen.

Wir als Israelfreunde haben Grund genug zu klagen. "Machen Sie doch mal was .." - das höre ich am Telefon immer öfter. Doch das ist der falsche Weg. Machen Sie doch einfach selber was! Denn Sie sind die Leser, mit denen Ihr heimischer Zeitungsverlag sein Geld verdient.

Schreiben Sie einfach, kurz, klar und deutlich, wenn sich Fehler in der Berichterstattung eingeschlichen haben. Sie brauchen weder den Teilungsbeschluß von 1947 oder den Wortlaut des Abkommens von Camp David zu zitieren. Auch längere staatsrechtliche oder heilsgeschichtliche Passagen dürfen Sie sich getrost verkneifen. Bleiben Sie zudem freundlich und schreiben bitte an den Redakteur, der den Fehler gemacht hat. Nur wenn sich wirklich einer dauerhaft stur und bockig zeigt, ist ein Schreiben an die Chefredaktion (oder ein Anruf) die richtige Kur.

Bringen Sie immer Beweise, wenn Sie behaupten, daß ein Fehler in der Zeitung steht. Und unterscheiden Sie bitte, ob es sich um Agenturmaterial oder eigene Berichterstattung handelt. Die gängigsten Kennungen der Agenturen: "dpa" (Deutsche Presseagentur), "AP" (Associated Press), "afp" (Agence France Presse), "REUTER" (Agentur Reuters), "ddp" (Deutscher Depeschendienst von Pro7/SAT.1-Media).

Tipps für erfolgreiche Leserbriefe

Es ist in den meisten Zeitungen und Zeitschriften nicht schwer, seinen Leserbrief veröffentlicht zu bekommen, solange man einige Grundregeln beachtet:

Schnell reagieren: Leserbriefe, die in Zeitungen später als eine Woche nach dem Artikel, auf den sie sich beziehen, erscheinen (bzw. in Zeitschriften mehr als 1 – 2 Ausgaben später) sind meist überholt.

In der Kürze liegt die Würze: Auch wenn der Artikel auf den man sich bezieht viele verschiedene Bezugspunkte liefert, sollte man der Versuchung widerstehen, einen langen Brief zu schreiben. Je kürzer der Brief desto eher wird er veröffentlicht. Ein einziger, im Leserbrief korrigierter sachlicher Fehler in einem Artikel reicht um den Denkprozess der Leser anzustossen. Ein abgedruckter Leserbrief der nur das beste Argument enthält ist besser als ein nicht abgedruckter weil zu langer.

Das Wichtigste zuerst: Ein Leserbrief ist kein Schulaufsatz, hier gelten andere Grundregeln. Anstatt seine besten Punkte nach und nach in den Text einfließen zu lassen sollte man sie alle, in absteigender Reihenfolge, an den Anfang des Leserbriefes stellen. Im Rest des Briefes kann man dann begründen oder Details anführen. Wenn das Interesse nicht schon beim ersten Satz geweckt wird, werden Redakteure und Leser möglicherweise den Brief komplett überspringen.

Sachlich bleiben: Je sachlicher und ruhiger der Ton, desto wirksamer ist der Leserbrief. Enthält er Beleidigungen dann wird er mit Sicherheit nicht veröffentlicht. Ironie und Sarkasmus sind wie Salz, zuviel davon macht das Ergebnis ungenießbar.

Auf Lesbarkeit achten: Unnötig komplizierten Satzbau vermeiden.

Prüflesen: Rechtschreib- und Grammatikfehler lenken vom Inhalt ab. Man sollte den Brief einer Rechtschreibprüfung unterziehen und gründlich prüflesen (lassen) bevor man ihn abschickt.

Anschrift und Telefonnummer nicht vergessen: Oft wird der Absender per Telefonanruf verifiziert. Auch eine E-Mail-Adresse kann diesen Zweck erfüllen. Briefe ohne Absender können in der Regel nicht veröffentlicht werden. Nicht alle Zeitungen drucken den vollen Absender ab.

aus <http://www.mapinc.org>