

2.5 Souverän auf Kritik reagieren

Wenn Kommentare unfreundlich werden.

Paul von Ribbeck, Peng!-Kollektiv

Eine Online-Kampagne soll Aufmerksamkeit generieren, die Nutzerinnen berühren und inhaltlich überzeugen. Dass dabei auch kritische Reaktionen entstehen, ist natürlich. Und wenn man arg polarisiert oder einen groben Fehler macht, kann die Kritik auch überhandnehmen. Doch wie geht man damit um?

Es lassen sich drei Arten der Kritik unterscheiden:

Offene Skepsis und Verständnisfragen interessierter Nutzer. Diese Art der Kritik ist gut und wichtig. Vielleicht hast du tatsächlich eine dumme Idee gehabt? Kein Konzept ist perfekt. Zeige Verständnis und geh auf die Kritik ein. Zeige der Online-Community, dass du es schätzt, wie sie sich mit dem Thema auseinandersetzt. Nutze die Gelegenheit, dein Anliegen besser zu erklären und Verständnis dafür zu schaffen, wie diese Ideen, Forderungen und Positionen entstanden sind. Manchmal sind die Gegenargumente auch so gut, dass du deinen Ansatz ändern möchtest – lege diese Entscheidung aber offen und versuche nicht, die vorangegangenen Fehler zu verstecken. Das zeugt von Souveränität und Offenheit einem kritischen Publikum gegenüber.

Natürlich gibt es auch intelligente Kritik, die aus Grundüberzeugungen entsteht, die du nicht teilen musst. Dann beziehe auch dazu Position und zeige diese unterschiedlichen Grundannahmen auf. Deutliche Position zu beziehen bedeutet, sich angreifbar zu machen – auch das ist souverän und sympathisch. Dein Ziel sollte nicht sein, allen zu gefallen.

Strategische, diffamierende Kritik. Das kommt eher selten vor, doch gerade in politischen Kampagnen hat man von vornherein Gegner. Erkennst du anhand der Absender oder der Fragestellung einen strategischen Hintergrund, steht nicht selten ein gegnerisches PR-Team mit juristischer Unterstützung dahinter. Lass dich dann ebenfalls juristisch beraten und gehe vorsichtig vor. Frage nach, woher die Anfrage kommt. Zeige Dialogbereitschaft und locke die Strategen aus der Reserve. Meistens hat sich das dann auch schon erledigt. Sollte es eine gegnerische Gruppe sein, die von deiner Kampagne direkt betroffen ist, kann das aber auch nutzen: Lade sie zu einer Podiumsdiskussion ein und debattiere die verschiedenen Grundfragen.

Das Ungeziefer des Internets sind die sogenannten Trolle. Damit sind Kommentare und Reaktionen von Personen gemeint, die allein darauf abzielen, deine Organisation zu diffamieren. Nicht als Strategie, sondern als Selbstzweck. Prinzipiell gilt: Ignoriere Trolle, reagiere nicht auf sie. Du kannst beispielsweise entsprechende Nutzer blockieren oder Kommentare löschen, wenn möglich. Denn: Die eigene Website oder Spendenkampagne ist keine Spiegelung der pluralistischen Gesellschaft mit garantierter Meinungsfreiheit. Es ist ethisch überhaupt kein Problem, Leute zu blocken und rauszuschmeißen, die einen nur nerven wollen oder gar chauvinistischen Blödsinn schreiben. Lass dich in keinem Fall beunruhigen oder ärgern.

Die Angst von Organisationen, die sich mit Onlinekommunikation nicht gut auskennen, kommt oft daher, dass sie das Gefühl haben, alles bleibt für immer online und alles geht viel zu schnell. Das mag stimmen. Doch das ist halb so wild! Ein entspannter und souveräner Ton in der Reaktion schafft schnell Vertrauen in eure Kommunikation. Natürlich ist das eine grobe Verallgemeinerung und hängt vom Thema und der Schwere der Kritik ab.

Ein Wort noch zum Stil. Prinzipiell solltest du auf Kritik seriös und respektvoll reagieren. Ironie ist eine rhetorische Königsdisziplin und in einer Kommunikations-Krise nicht pauschal zu empfehlen. Wenn eure Organisation für Ironie und Humor bekannt ist, kannst du es wagen, doch unterschätze nicht, wie Aussagen aus dem Kontext gerissen und gegen dich verwendet werden können.

Nicht vergessen:

- *Frage dich zunächst, welche Art der Kritik vorliegt. Ist es eine Verständnisfrage? Wird ein konstruktiver Vorschlag gemacht? Liegen verschiedene Grundhaltungen vor? Ist die Kritik ein strategischer Winkelzug der Gegner? Wurdest du von einem Troll attackiert?*
- *Reagiere entsprechend der Art der Kritik. Gelassenheit ist immer gut. Konstruktive Vorschläge solltest du annehmen. Denke daran, Entscheidungen und auch vorangehende Fehler transparent zu kommunizieren.*
- *Vorsicht mit Ironie. Sie sollte nur Verwendung finden, wenn du sicherstellen kannst, nicht aus dem Kontext zitiert zu werden.*
- *Der beste Schutz gegen heftige Kritik ist eine gute Idee. Hole dir daher so früh wie möglich Feedback.*
- *Achte auf gute Erreichbarkeit. Unbeantwortete, aber sinnvoll-kritische Kommentare wirken sich negativ auf dein Image aus.*