

Öffentlichkeitsarbeit leicht gemacht



Teil 20: Im Netz den richtigen Ton treffen

Soziale Medien wie Facebook bieten Chören hervorragende Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit, die inzwischen vielfach und kreativ genutzt werden. Hier lauern aber zwei Fallstricke. Einerseits gilt es, rechtliche Aspekte zu beachten, bevor man ein Video vom letzten Konzert hochlädt (davon in der nächsten Ausgabe mehr). Andererseits werden die sozialen Medien auch mitunter zu Brutstätten sozialen Unfriedens, wenn sich kultivierte Chorsänger in rüpelhafte Trolle verwandeln – besonders, wenn es darum geht, auf die Beiträge anderer Chöre zu reagieren.

Die Kultur der Umgangsformen im Netz ist verbesserungsbedürftig, das weiß jeder, der gelegentlich die Kommentare unter kontroversen Onlineartikeln oder Facebook-Posts liest. Die Anonymität lädt dazu ein, hier einfach mal die Kinderstube zu vergessen und unkultivierte Bemerkungen abzusondern oder andere Personen gezielt zu beleidigen.

Natürlich gibt es auch in der Chorszene negative Emotionen wie Konkurrenzdenken oder Eifersucht. Aber: Die gehören nicht ins Internet. Während es wohl kaum einem Chorsänger einfallen würde, als Reaktion auf einen Artikel

über einen anderen Chor in der Zeitung einen beleidigenden Leserbrief mit Namen und Unterschrift abzusenden, sind verunglimpfende Kommentare zu den Posts anderer Chöre etwa bei Facebook gar nicht so selten.

Doch solche Bemerkungen gehören nicht in die Öffentlichkeit, und Facebook ist in diesem Fall die Öffentlichkeit. Sie werfen ein außerordentlich schlechtes Licht auf den Absender und auf die Chorszene insgesamt. Wer ernst genommen werden will, nimmt auch die ungeschriebenen Regeln der Netzkultur ernst und sagt nur dann etwas, wenn er konstruktive Beiträge beizusteuern hat. Eigentlich sollte dieses Verhalten selbstverständlich sein. Die Praxis lehrt jedoch das Gegenteil.

Also: Nutzen Sie Facebook, um Ihre Aktivitäten Ihrem Freundeskreis kundzutun. Posten Sie Berichte und Fotos über spannende Vorbereitungen für ein großes Ereignis und werben Sie damit für den Termin. Lassen Sie Ihre Freunde teilhaben an Ihren Erfolgen und begeisterten Rückmeldungen wie etwa Zeitungsartikel über Ihre Konzerte. Nutzen Sie das Netz, wenn Sie Fragen haben oder etwas su-

chen, Sie werden genug Freunde finden, deren Sachkenntnis Ihnen weiterhelfen kann. Vernetzen Sie sich mit anderen Chören, um über deren Aktivitäten auf dem Laufenden zu bleiben und von neuen Ideen zu profitieren. Das Netz bietet – wie gesagt unter der Berücksichtigung der Copyright-Regeln – eine Vielzahl von Chancen, den eigenen Chor gut in der Öffentlichkeit darzustellen. Beschränken Sie Ihren Freundeskreis nicht nur auf andere Chöre, sondern laden Sie auch weitere Vereine Ihres Ortes ein, Ihnen zu folgen. So kann sich jeder Chor ein spannendes Netzwerk aufbauen und damit Werbung für die eigene Sache machen.

Und natürlich lesen Sie fleißig, was die anderen Chöre im Netz so treiben. Aber, wie gesagt: Lob verträgt viele Ohren, Kritik nicht. Zum guten Ton im Chorleben gehört es unbedingt, sich hämische Kommentare zu den Aktivitäten anderer zu verkneifen. Facebook ist keine Plattform für das, was man schon immer mal loswerden wollte. Und Facebook ist erst recht nicht der Ort, um in aller Öffentlichkeit alte Rechnungen aufzumachen oder tatsächliche Konflikte auszutragen.