

Instawalk in der KZ-Gedenkstätte

Pauline Claaß studiert Geschichte im Masterstudiengang und ist ehrenamtlicher Guide in der KZ-Gedenkstätte Oberer Kuhberg. Im Rahmen ihres Studiums entwickelt sie in Absprache mit Gedenkstättenpädagogin Annette Lein ein neues digitales Vermittlungsformat und berichtet hier von ihren Überlegungen.

Pauline Claaß

Soziale Medien sind aus dem Alltagsleben vielfach nicht mehr wegzudenken. Auch KZ-Gedenkstätten sind auf Social Media aktiv und setzen diese in ihrer Kommunikations- und Vermittlungsarbeit ein. Eine Möglichkeit hierzu stellen ‚Instawalks‘ dar. Dabei handelt es sich um ein Führungsformat, zu welchem speziell Nutzer*innen von Instagram eingeladen werden. Auf dieser Social Media-Plattform werden überwiegend selbstgemachte Fotos geteilt, zu denen Nutzende jeweils einen Bildtext formulieren können. Bei einem Instawalk nehmen die Besucher*innen an einem Rundgang mit einem Gedenkstättenguide teil und werden dazu aufgefordert, während der Führung passende Motive zu suchen, Fotos zu machen und diese daraufhin auf ihren eigenen Instagram-Profilen zu teilen. Sie spielen also eine aktive Rolle im Vermittlungs- und Kommunikationsprozess.

Die KZ-Gedenkstätten Neuengamme und Dachau haben im Rahmen ihrer Vermittlungsarbeit bereits Instawalks sowie Tweetups (ähnlich einem Instawalk, jedoch mit Bezug auf die Plattform Twitter) veranstaltet. Da die KZ-Gedenkstätte Oberer Kuhberg seit April 2020 auf Instagram aktiv ist, ist der Einsatz von Instawalks im Bereich der Vermittlungsarbeit denkbar. Wie ein passendes Konzept aussehen könnte, ist Gegenstand meiner Projektarbeit an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

Wenn ein Instawalk gut durchgeführt wird, hat das zahlreiche Vorteile: Durch dieses neue Vermittlungsformat kann zunächst ein neues Publikum angesprochen werden, welches sich sonst vielleicht nicht für einen Besuch der KZ-Gedenkstätte entschieden hätte. Ein weiteres Ziel

bei der Durchführung eines Instawalks ist es, bei den Teilnehmenden eine bewusste Auseinandersetzung mit dem Ort der Gedenkstätte und den Inhalten der Führung anzuregen: Diese hören während eines Instawalks nicht einfach nur den Ausführungen des Guides zu, sondern setzen sich durch das Auswählen von Fotomotiven selbst aktiv mit dem Ort auseinander. Insbesondere das Verfassen von passenden Bildunterschriften trägt zur bewussten Auseinandersetzung bei: Die Teilnehmenden müssen Eindrücke und Informationen aus dem Rundgang auf das für sie persönlich Wesentliche reduzieren. Zudem sind die auf Instagram veröffentlichten Beiträge prinzipiell für Nutzer*innen auf der ganzen Welt einsehbar. Dadurch werden andere Instagram-Nutzer*innen auf die Gedenkstätte als Veranstalter des Instawalks aufmerksam, sodass sich deren Präsenz und Sichtbarkeit auf Social Media erhöht. Dies ist für das DZOK und dessen ‚jungen‘ Instagram-Account besonders relevant. Ein Instawalk könnte in diesem Fall dazu dienen, neue Follower*innen zu gewinnen, die die Arbeit des DZOK auch online mitverfolgen.

Bei der Einbindung sozialer Medien in die Gedenkstättenarbeit ist jedoch auch einiges kritisch zu bedenken. Gedenkstätten sind sowohl Ort der Vermittlung von Geschichte als auch Orte des Gedenkens, sodass mit der Nutzung von Social Media die Frage nach der ‚Angemessenheit‘ des Einsatzes dieser Plattformen verbunden ist. Ein Spannungsfeld stellt beispielsweise das Fotografieren und Posten von Fotos aus Ausstellungen in KZ-Gedenkstätten, welche ehemalige Gefangene oder auch Täter des Konzentrationslagers zeigen, dar. Insbesondere wenn es sich dabei um ursprünglich von den Nationalsozialisten angefertigte (Propaganda-) Fotografien handelt, ist das Reproduzieren derartiger Fotos hochproblematisch. Hier ist der Guide des Instawalks gefordert, die Teilnehmenden für einen adäquaten Umgang mit Fotos zu sensibilisieren.

Bei einer Analyse der auf Instagram unter dem Hashtag #Dachau veröffentlichten Fotos lässt sich zudem feststellen, dass „der Ort an sich durch die Wahl der Motive als ‚Zeichen‘ für eine spezifische Geschichte konstruiert wird (Stacheldrahtzaun, Eingangstor, Erinnerungsskulptur, Gaskammer). Der Ort wird verkürzt auf ein Symbol“ (Groschek, KZ-Gedenkstätten, S.107). Es kann dabei in einigen Fällen kritisch von einer fehlenden historischen Einbindung der geposteten Fotos gesprochen werden. Die KZ-Gedenkstätten Neuengamme und Dachau machten bei der Durchführung von Instawalks und ähnlichen Formaten die Erfahrung, dass insbesondere die Frage nach der ‚Angemessenheit‘ des Fotografierens von Beginn des Rundgangs an im Raum stand und diskutiert wurde. Bei der Konzeption eines Instawalks sollte also diesem Aspekt der Reflexion und des Austausches unter den Teilnehmenden bewusst Raum gegeben werden, beispielsweise auch durch ein gemeinsames Zusammenkommen im Anschluss an den Instawalk.

Hinsichtlich des Einsatzes von Instawalks im Bereich der Vermittlungsarbeit von KZ-Gedenkstätten ergeben sich also zum einen eine Vielzahl an Chancen, es sind zum anderen aber auch Aspekte zu berücksichtigen, die problematisiert werden müssen.

Ich freue mich darauf, das Konzept meines Instawalks in der Vermittlungsarbeit des DZOK noch in diesem Jahr zu erproben – auch um herauszufinden, inwiefern sich die im Text genannten Aspekte in der Praxis entfalten und auswirken.

LITERATUR

Iris Groschek, Steffen Jost: Tweetup und MemorialWalk. Social Media in der Vermittlung an den KZ-Gedenkstätten Neuengamme und Dachau, in: Lernen aus der Geschichte (2016), <http://lernen-aus-der-geschichte.de/Lernen-und-Lehren/content/13114>.

Iris Groschek: KZ-Gedenkstätten und Social Media, in: Christian Holst (Hg.): Kultur in Interaktion. Co-Creation im Kultursektor, Wiesbaden 2020, S. 105-118.

Antonia Titze: Hashtag KZ? KZ-Gedenkstätten und Social Media, in: *Communicatio Socialis* 53, 1 (2020), S. 97-108.