



Medienimpulse
ISSN 2307-3187
Jg. 60, Nr. 4, 2022
doi: 10.21243/mi-04-22-18
Lizenz: CC-BY-NC-ND-3.0-AT

Holocaust-Gedenken am Smartphone: Die Erinnerungsarbeit europäischer KZ- Gedenkstätten auf Instagram

Sophie Brössler

Sascha Trültzsch-Wijnen

*In diesem Beitrag wird eine Studie vorgestellt, die im Kontext der kommunikationswissenschaftlichen Erinnerungsforschung erforscht, wie KZ-Gedenkstätten in verschiedenen europäischen Ländern die Plattform Instagram für die Erinnerungsarbeit nutzen. Über einen Zeitraum von zwei Monaten werden Instagrambeiträge im Rahmen einer quantitativen Inhaltsanalyse untersucht. Dabei wird herausgearbeitet, welche textlichen, audiovisuellen und interaktiven Inhalte publiziert werden. Drei Bereiche werden bei jedem Posting detailliert analysiert: das Thema des Beitrags, die Darstellungsform und mögliche Aufrufe zur Partizipation an die Instagramnutzer*innen. Dabei werden sieben Themenschwerpunkte herausgearbeitet. Postings, die das ehemalige Konzentrationslager,*

KZ-Häftlinge und historische Objekte darstellen, werden einem ‚historischen Kontext‘ zugeordnet: Hier werden Orte, Menschen und Exponate aus der NS-Zeit vorgestellt. Beiträge über den Besuch einer KZ-Gedenkstätte, die heutige Arbeit in der KZ-Gedenkstätte sowie Zeitzeugenschaft haben einen stärkeren Gegenwartsbezug: Diese Postings sind als Bemühen der Gedenkstätten zu verstehen, historisches Wissen im Hier und Jetzt zu vermitteln. Die Ergebnisse dokumentieren den aktuellen Stand der Onlinekommunikation von Gedenkstätten. Es wird gezeigt, inwieweit die Instagramauftritte zur Veränderung der dortigen Erinnerungsarbeit beitragen.

This article presents a study that explores how concentration camp memorials in different European countries use the Instagram platform for their remembrance work in the context of communication studies. Over a period of two months, Instagram posts are examined within the framework of a quantitative content analysis. The textual, audiovisual and interactive content published will be analyzed. Three areas are analyzed in detail for each posting: the topic of the post, the form of presentation and possible calls for participation to Instagram users. In the process, seven main topics are identified. Postings that depict the former concentration camp, concentration camp prisoners and historical objects are assigned to a ‘historical context’: Places, people and exhibits from the Nazi era are presented here. Postings about visiting a concentration camp memorial, today’s work at the concentration camp memorial and contemporary witnesses have a stronger reference to the present: these postings are to be understood as an effort by the memorial sites to convey historical knowledge in the here and now. The results document the current state of online communication of memorial sites. It is shown to what extent the Instagram presences contribute to changing the remembrance work there.

1. Einleitung: Themenfeld und forschungsleitende Fragen

Mit feierlichen Gedenkstunden in Bundestag und Nationalrat sowie mit dem Besuch von Gedenkstätten der österreichischen wie auch der deutschen Regierung wird des Holocausts auf offizieller Ebene am Holocaustgedenktag am 27. Jänner gedacht. Zentral kommen dabei auch Zeitzeugen zur Sprache. Doch bald wird es kaum mehr Zeitzeugen geben, die von den Grauen der Naziherrschaft berichten könnten:

Israels Zentrales Statistikbüro geht davon aus, dass es 2035 in Israel selbst nur noch rund 2.000 Überlebende geben wird. Jeden Tag sterben [zudem, d. A.] durchschnittlich 30 Holocaust-Überlebende. (Braune 2020: o. S.)

Gedenken und Erinnerungsarbeit stehen vor großen Herausforderungen, der sich die Gesellschaft und hier vor allem Gedenkstätten als Erinnerungsorte stellen müssen – und schon gestellt haben. Mittlerweile sind

die Zugänge zum Nationalsozialismus stark durch mediale Formen des Erinnerns, schulische Vermittlung, Gedenkstättenbesuche und andere kulturell bedingte Vermittlungsweisen geprägt. (Von Wrochem 2017: o. S.)

Durch die Coronapandemie wurde ab 2020 dann der Besuch von KZ-Gedenkstätten plötzlich unmöglich: Aufgrund der behördlichen Bestimmungen mussten die Einrichtungen etwa in Deutschland und Österreich zwischen März 2020 und Mai 2021 immer wieder über Monate ihre Türen schließen. Um dennoch weiterhin sichtbar zu bleiben sowie Aufklärungs- und Erinnerungsarbeit zu

leisten, bauten viele KZ-Gedenkstätten ihren Auftritt im digitalen Raum weiter aus. Neben den seit Jahren bestehenden Webseiten, verbreiteten sie verstärkt Inhalte auf den sozialen Netzwerken Facebook, Twitter und Instagram. Die Erinnerungskultur an den Holocaust unterliegt heute einem doppelten Wandel: Einerseits durch das Verschwinden von Zeitzeugen, andererseits durch die verstärkte Nutzung von Social Media als Forum zur Erinnerung durch verschiedene Akteur*innen – eben auch Gedenkstätten. Eine gewisse Mediatisierung der Gedächtnis- und Erinnerungsarbeit zeichnet sich bereits seit längeren ab, hat aber nun an Dynamik gewonnen. Assmann und Assmann (1994, siehe unten) betonen die besondere Bedeutung von Medien für Speichern (Gedächtnis) und Erinnern – und zeichnen diese Wechselwirkungen in einem historisch an Dynamik gewinnenden Prozess nach – wobei zuletzt vor allem Social Media an Bedeutung für Gedächtnis- und Erinnerungskulturen gewonnen haben.

Auch für die hier im Zentrum stehenden KZ-Gedenkstätten, „bieten die digitalen Medien eine neue Dimension“ (Kontara 2020: 10), um Erlebnisse von Zeitzeug*innen zu bewahren und als Erinnerung in den Diskursen zu halten. KZ-Gedenkstätten definieren sich heute nicht mehr ausschließlich als physische Erinnerungsorte, die besucht werden können, sondern gleichzeitig auch als Kommunikatoren: Ihre Botschaften auf Social Media können mit wenigen Klicks weltweit aufgerufen werden und tauchen täglich auf den Startseiten tausender Socialmedianutzer*innen auf. Dieses Themenfeld steht im Zentrum der in diesen Beitrag vorge-

stellten Untersuchung: Mittels einer Inhaltsanalyse wurde herausgearbeitet, welche Themen die KZ-Gedenkstätten auf Instagram ansprechen, welche Darstellungsformen für die Inhalte genutzt und auf welche Weise die Follower*innen zur Partizipation aufgerufen werden. Dabei wird es auch um Fragen der Wissensvermittlung und Erinnerungskultur gehen. Im Rahmen einer zweiten Teilstudie wurden Mitarbeiter*innen von Gedenkstätten zu diesem Themenfeld und ihren Intentionen interviewt: bis auf einzelne Verweise wird in diesem Beitrag darauf aber nicht eingegangen.

Die Mediatisierung beeinflusst auch die Gedächtnis- und Erinnerungsarbeit von KZ-Gedenkstätten – allerdings für die meisten erst seit Kurzem. Die erste forschungsleitende Frage geht auf die Instagrampostings ein. *Welche (textlichen, audio/visuellen, interaktiven) Inhalte werden auf Instagram publiziert?* Dabei werden drei Faktoren untersucht: Erstens die inhaltliche Botschaft der Postings (Vergangenheits- oder Gegenwartsbezug, Menschen oder Orte etc.). Zweitens die Darstellungsform der Beiträge (Bilderreihen, Videos oder Live-Formate, Bildbeschreibung, GeoTags etc.). Drittens geht es um die Interaktionen wie Kommentare, Vernetzungen, Austausch zwischen den Nutzer*innen (Förderung/Anregung von Interaktionen, Partizipation etc.).

Die KZ-Gedenkstätten bieten Besucher*innen vor Ort die Möglichkeit, sich über das NS-Regime und die ehemaligen Konzentrationslager zu informieren sowie der Opfer zu gedenken. Die zweite forschungsleitende Frage soll neuen Formen der Gedenkstättenarbeit durch Instagram nachgehen: *Inwieweit tragen die Instagram-*

Auftritte zur Veränderung der Erinnerungsarbeit der KZ-Gedenkstätten bei? Das schließt auch Fragen zum Verhältnis zwischen Online-präsentation und realen Besuchen ein.

2. Hintergrund

Ab März 1933 stellten Konzentrationslager „das zentrale Herrschaftsinstrument des nationalsozialistischen Regimes dar“ (vgl. Orth 2007: 579). Ab diesem Zeitpunkt konnten, politisch, rassistisch und sozial Verfolgte „ohne Gerichtsurteil und auf unbestimmte Zeit in ein Konzentrationslager eingewiesen werden“ (Wenge 2006: o. S.). Die Nutzung derselben als Internierungslager nach dem 2. Weltkrieg hat den Start der Erinnerungsarbeit nach 1945 zunächst deutlich erschwert (Vgl. Cerny-Werner 2013), worauf hier nicht eingegangen werden soll. Bald wurde diskutiert:

Wie geht man mit den Verbrechen aus der Vergangenheit um, wie erinnert man, wer erinnert und welche Rolle spielen diese Orte für die Gesellschaft? (Dechert/Neumeier 2021: o. S.)

Die ehemaligen KZ sind heute als „arbeitende Gedenkstätte“ (Breck 1991: 26) konzipiert, die dadurch gekennzeichnet sind, dass der historische Ort zugänglich ist, eine dauerhafte Ausstellung präsentiert wird, Forschende sich mit den Geschehnissen am Ort beschäftigen sowie Artefakte und Informationen dazu sammeln und auswerten; zudem werden Führungen und andere pädagogische Formen angeboten (Vgl. Lutz/Schulze 2017: 4). Seit den 1990er-Jahren werden die KZ-Gedenkstätten in Deutschland direkt staatlich finanziert, was ein „bedeutender Katalysator für Ver-

änderungen in der offiziellen Erinnerungskultur“ (Wachsmann 2016: 718) war. Zeitgleich wurden in den sogenannten ‚neuen Ländern‘ „die nationalen Konzentrationslager-Gedenkstätten von DDR-Propaganda befreit und umgestaltet“ (ebd.; zur Kritik auch Cerny-Werner 2013). Insgesamt erfuhren KZ-Gedenkstätten seit dieser Zeit einen „deutlichen Bedeutungszuwachs“ (Von Wrochem 2017: o. S.). In Österreich wurde das KZ Mauthausen mit seinen Außenlagern erst im Jahr 2016 über das Bundesgedenkstätten-gesetz aus dem Innenministerium ausgegliedert und zu einer unab-hängig arbeitenden Bundesanstalt, die Finanzierung aus Bundes-mitteln blieb gesichert (BMDW 2016). In allen Gedenkstätten gab es hohe und tendenziell steigende Besucher*innenzahlen, die 2020 dann durch coronabedingte Schließungen eingebrochen sind. Beispielsweise in Flossenbürg auf etwa die Hälfte¹ und in Dachau bei Führungen sogar auf ein Viertel (vgl. Bitto 2021). Zu- gleich beobachten zumindest diese beiden Gedenkstätten eine deutlich intensivere Nutzung von Social Media (ebd.).

3. Forschungsstand

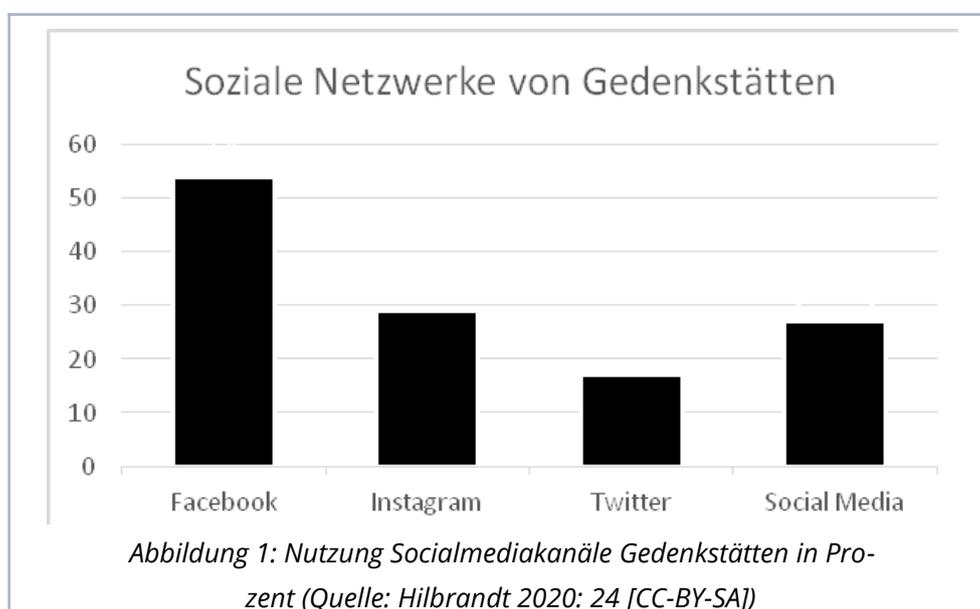
Besucher*innen von KZ-Gedenkstätten haben heute selbstver- ständlich ihr Smartphone dabei, u. a. um Fotos zu machen. Be- reits seit einigen Jahren, wird untersucht, welches Bild der Einrich- tungen in Social Media über solche Fotos vermittelt wird. Jost ana- lysierte 2015 Instagrambeiträge mit dem Hashtag #dachau, auf erinnerungskultureller, ästhetischer und kommunikativer Ebene (vgl. Jost 2015). Es zeigte sich, dass viele User*innen das in Dach-

au Erlebte in ihren Postings auf einzelne Symbole reduzierten: Am häufigsten werden Fotos des Eingangstors, des zentralen Mahnmals sowie des Stacheldrahtzauns gepostet, wobei es keine Unterschiede hinsichtlich der Nationalität der Besucher*innen gibt. Etwa 10 % der geposteten Bilder sind Selfies und Portraits, die zur Erinnerung, für die eigene Selbstdarstellung oder als ‚Beweis‘ für den Besuch erstellt werden (vgl. ebd.). Commane und Potton gingen 2016 in zwei Fallstudien Holocaustrepräsentationen in sozialen Netzwerken nach: Nach dem Besuch der Gedenkstätte Auschwitz fand sich dabei meist „positive engagement“ (ebd.: 178), als Bereicherung für die Erinnerungskultur gedeutet. Die Gedenkstätte sei

a space where images continue to generate visibility of the horrors of the Holocaust for future generations. Importantly, we argue that social media can give young people voice and place in debates, which they may feel they cannot be part of in more formal contexts. (ebd.: 159)

In nur wenigen Ausnahmefällen kam es zu „discriminatory engagement“ (ebd.: 168), wie das Posten beleidigender und diskriminierender Inhalte, hier vor allem bei Fotos von ehemaligen Häftlingen. Die Autor*innen betonen die Verantwortung von Museen, die Potenziale digitaler Plattformen zu nutzen und zugleich negative Postings zu unterbinden (vgl. ebd.: 160). Eine Reihe von anderen Studien widmet sich den Onlinestrategien von Gedenkstätten: So analysierte Manca 2019, wie 23 europäische KZ-Gedenkstätten Twitter und Facebook im Hinblick auf Inhalte, Interaktion und Popularität, nutzen. Der Großteil verfolgt den „one-way communica-

tion mode“ (Manca 2019: 196); Follower*innen können weder Inhalte veröffentlichen noch erhalten sie Reaktionen auf Kommentare. Dies wird mit Vorsichtsmaßnahmen zum Schutz vor Trolling und Hatespeechangriffen begründet; das Potenzial von Social Media würde dadurch verschenkt (ebd.). Zudem nutzen die meisten Gedenkstätten ihre Nationalsprache und erreichen so kaum internationales Publikum. Hilbrandt (2020: 22) hat eine Online- und Telefonumfrage zum Stand der Digitalisierung in deutschen Gedenkstätten (N=139) durchgeführt. Neben dem eigenen Webauftritt (bei 92 Prozent), nutzen etwa 58 Prozent der hauptamtlich und 30 Prozent der ehrenamtlich betriebenen Einrichtungen eigene Socialmediakanäle (ebd.: 24). Dabei zeigt sich: Facebook und Instagram sind die am häufigsten genutzten Plattformen (siehe Abbildung 1).



Dabei sehen 84 % der Einrichtungen Bedarf für eine verstärkte Digitalisierung, vor allem um die Vernetzung untereinander (66 %) aber auch die „Vermittlungsarbeit“ (19 %) zu verbessern sowie die Reichweite (17 %) ihrer Angebote zu steigern (Hilbrandt 2020: 25). Die Befragten nennen als positive Beispiele für digitale Angebote überwiegend die KZ-Gedenkstätten Neuengamme und Dachau.

Beide Gedenkstätten hatten das Vermittlungsformat *Tweetup* getestet, mitsamt wissenschaftlicher Evaluation (Groschek/Jost 2016): Bei Führungen werden die Gäste dabei gebeten, das Gesehene und Gehörte direkt auf Social Media zu kommentieren. Durch das Teilen von Fotos, Videos, Texten oder das Kommentieren sollen neue Publika erreicht, sowie die Aufmerksamkeit vor Ort gesteigert werden. Es hat sich gezeigt, dass das Posten „den direkten Dialog mit (potenziellen) Besuchenden“ fördert und die Abbildungen in Social Media zu einer gewissen „Nachhaltigkeit im Netz“ führen (ebenda). Claaß (2020) entwickelte ebendieses Konzept zu den *Instawalks* weiter: Hier hören Teilnehmende „nicht einfach nur den Ausführungen des Guides zu, sondern setzen sich durch das Auswählen von Fotomotiven selbst aktiv mit dem Ort auseinander“ (Claaß 2020: 13). Eine weitere Interviewstudie (Lein/Wenge 2020) konnte zeigen, dass die Coronapandemie die „Entwicklung von digitalen Angeboten beschleunigt“ (Lein/Wenge 2020: 8), da die Mitarbeitenden durch die Schließung der Gedenkstätten mehr Kapazitäten hatten, „neue Dinge zu entwickeln und auszuprobieren“ (ebd.). Alle Befragten gaben an, dass die in der Coronapandemie entwickelten Onlineformate von Follower*in-

nen sehr gut angenommen werden. Sie gaben aber auch an, dass dazu neben „der technischen Infrastruktur, sowohl personelle als auch finanzielle Ressourcen“ (ebd.) gebraucht werden.

4. Theoretische Bezüge

Maurice Halbwachs² arbeitete bereits in den 1920er- und 1930er-Jahren die soziale Bedingtheit von Gedächtnis und Erinnerung heraus: Der Rückgriff auf soziale Bezugsrahmen sei die Voraussetzung für jede individuelle Erinnerung:

Es gibt kein mögliches Gedächtnis außerhalb derjenigen Bezugsrahmen, deren sich die in der Gesellschaft lebenden Menschen bedienen, um ihre Erinnerungen zu fixieren und wiederzufinden. (Halbwachs 1985: 121)

Erinnern sei stets an Gruppen und deren Diskurse im Sinne von partikularen Gedächtnisgemeinschaften gebunden, in die der Mensch im Laufe seines Lebens eingebunden ist (vgl. Moller 2010: 3). Hierzu zählen z. B. Familien, Nachbarschaften, Schulklassen, Vereine oder Religionsgemeinschaften – die Gruppen werden durch das gemeinsame Erinnern konstituiert und gestärkt. Das Individuelle speist sich aus den kollektiven Gedächtnissen der Gruppen, die nicht mit Geschichtsschreibung ident sind. Vielmehr seien gelebte und geschriebene Geschichte geradezu unvereinbar (vgl. Halbwachs 1991: 66).

Halbwachs Konzepte werden in der Erinnerungsforschung aufgegriffen, so etwa auch von Aleida und Jan Assmann, die betonten, dass das Gedächtnis „nicht nur in, sondern vor allem zwischen

den Menschen“ (Assmann/Assmann 1994: 114) entsteht. Weiter gehen sie davon aus, dass zwischen zwei grundlegenden Gedächtnisrahmen unterschieden werden kann: Einerseits beschreibt das kommunikative Gedächtnis „Erinnerungen, die der Mensch mit seinen Zeitgenossen teilt [...], das Generationengedächtnis“ (ebd.: 119). Andererseits besteht das, auf mediale Fixierungen angewiesene, kulturelle Gedächtnis, dass „spätere Generationen zu Zeugen eines längst vergangenen und in seinen Einzelheiten vergessenen Geschehens werden können“ (ebd.: 120). Die beiden benennen hier auch direkt die NS-Verbrechen: Da Zeitzeugen verschwinden, ist die Fixierung der Erinnerungen essenziell, also die Überführung vom kommunikativen Kurzzeitgedächtnis, welches an Personen als Träger gebunden ist, in ein medial fixiertes kulturelles Langzeitgedächtnis (ebenda). Dieses kulturelle Gedächtnis kann als Speicher- und Funktionsgedächtnis ausdifferenziert werden, die sich in ihren Gebrauchsformen und Funktionen unterscheiden (Assmann/Assmann 1994: 123). Das eher passive und „unbewohnte“ Speichergedächtnis sammelt Dokumente, Objekte, Daten als „eine unstrukturierte Menge von Elementen“ (ebd.: 122). Ein Teil kann zu gegebenen Anlass ins „öffentliche Bewusstsein zurückgeführt werden“ (ebd.), beispielsweise um sie „in Museen, Filmen, Romanen und anderen Medien“ (ebd.) zu verarbeiten und so in das Funktionsgedächtnis zu überführen. Andererseits ist das Funktionsgedächtnis, ein „angeeignetes Gedächtnis, wie es aus einem Prozess der Auswahl, der Verknüpfung, der Sinnkonstitution [...] hervorgeht“ (ebd.). Die drei wichtigsten Motive sind Legitimation, Delegitimation und Distink-

tion. Geht es um die Legitimation von Gesellschaften (Herrschaft), wird dies auch politisch motiviert sein: Lesarten oder gar der Zugang können reglementiert werden. Auf der anderen Seite kann, eine „kritische oder subversive Gegenerinnerung“ (Assmann/Assmann 1994: 125) der Delegitimation dienen. Aber auch, die Bücherverbrennungen im NS-Staat dienten der Delegitimation von Teilen des Funktionsgedächtnisses. Hier gibt es Überschneidungen zur Distinktion, die vor allem für die kollektive Identität bedeutend ist und der Abgrenzung von anderen – als Fremde oder Feinde – dient.

Im Sinne einer kritischen und reflektierten Erinnerungskultur ist eine hohe Durchlässigkeit zwischen Speicher- und Funktionsgedächtnis wünschenswert. Unter den aktuellen technisch-medialen Bedingungen werden nun (vermeintlich) individuelle Erinnerungen über Social Media sozial geteilt und wiederum für Teilöffentlichkeiten akkumuliert: Auch dies steht in einer entsprechenden medienhistorischen Tradition (vgl. Assmann/Assmann 1994, Trültzsch-Wijnen/Ballhausen/Barberi 2016), wenngleich eine neue Qualität erreicht wird (vgl. Pentzold/Lohmeier/Kaun 2018). Sommer (2018) hat darauf hingewiesen, dass sich durch Digitalisierung und Mediatisierung neue Perspektiven für die Erinnerungsarbeit ergeben: Seit digitale Medien selbstverständlicher Bestandteil der Alltagskultur der Menschen geworden sind, „bieten sie auch eine Chance, um mit historischen Themen, Erinnerungsanlässen und Gedenkkultur in Berührung zu kommen; und zwar grundsätzlich auf eine vertraute und anschlussfähige Art, die le-

bensnah an andere medienvermittelte Erfahrungen anschließen kann“ (Sommer 2018: 59). Hoskins spricht gar von einer „Mediatisierung von Erinnerung“ (Hoskins 2014: 663) und betont einen Wandel von „stability, continuity, and reverence of the past [towards the] potential for transformation“ (ebd.: 676). Ähnlich sieht van Dijck (2007: 17) die enge Verbindung zwischen Mediatisierungs- und Erinnerungsprozessen als „mediated memories“: Einerseits verschwimmen die Öffentlichkeitsebenen in Bezug auf das Erinnern, andererseits werden Menschen mediale Zeitzeugen von (auch partikularen oder individuellen) Ereignissen, die durch Social Media Verbreitung finden (Sommer 2018: 74). Als Resultate würden die Unterschiede zwischen dem privaten und öffentlichen Erinnern sowie zwischen Medien und Erinnern generell verschwimmen. Beides wird durch die Ubiquität mobiler Geräte noch verstärkt: Es werden mehr und intensivere Erinnerungsdiskurse geführt, die unterschiedliche Bereiche des kollektiven Gedächtnisses thematisieren wollen – jeweils zumindest graduell mit individuellen Aspekten verknüpft. Diese Ausdifferenzierung und Individualisierung bringt eine Polyphonie der Diskurse (Lohmeier/Schwarzenegger/Schreiber 2020: 51). Freilich, muss man ergänzen, finden sich dabei aber auch Dissonanzen von konfligierenden Positionen, bis zu Geschichtsrevisionismus und -relativierung. Die Öffnung und Ausweitung ermöglicht es etablierten Erinnerungsakteur*innen, wie KZ-Gedenkstätten, neue, oftmals jüngere Personengruppen zu erreichen, die sich bisher nicht aktiv um solche Inhalte bemüht haben, nun aber beispielsweise über den Instagramfeed informiert werden. Neben Chancen bieten die Inter-

aktionen aber auch die oben genannten Risiken. Dazu zählen etwa unangemessene Kommentare oder Profile mit ‚alternativen‘ Erinnerungsangeboten. Für die Erinnerung an die Verbrechen des Nationalsozialismus bietet sich vor allem zum Kontakt mit jüngeren Menschen für die KZ-Gedenkstätten die Nutzung von Social Media und damit auch Instagram an.

5. Forschungsdesign

Das Forschungsdesign ist explorativ angelegt. Zentral ist die qualitative Inhaltsanalyse der Angebote und Kommunikation auf Instagram. (Die Leitfadeninterviews einer zweiten Teilstudie werden hier nicht vorgestellt, in Ansätzen wird darauf Bezug genommen.)

5.1 Stichprobe

Im Zentrum der Forschung steht die Instagramnutzung von KZ-Gedenkstätten. Instagram als primär auf die Präsentation von Fotos (und Videos) ausgelegte Plattform wurde gewählt, da sie sich weitgehend im Alltag etabliert hat und häufig verwendet wird. Weltweit nutzen (im Februar 2022) 1,4 Milliarden Menschen die Applikation: in Deutschland etwa 29 Millionen, in Österreich 3,15 Millionen. (Kepios 2022). Zentrales Instrument der thematischen Ordnung und Adressierung sind Hashtags als elektronische Schlagworte, die das Suchen oder Abonnieren (Anzeige im Feed) entsprechend gekennzeichnete Beiträge erlaubt. Von daher werden auch hier die Hashtags bei der Untersuchung eine zentrale Rolle spielen.

Zur Auswahl der Gedenkstätten für die Stichprobe wurden alle Stammlager, die der Inspektion der Konzentrationslager (IKL) – einer Dienststelle der SS – unterstanden, aufgeführt. Diese wurden nach dem Vorbild des KZ Dachau systematisch aufgebaut:

Das ‚Dachauer Modell‘ zielte darauf, den Terror und die Brutalität in den Lagern zu systematisieren und durch Zentralisierung gegenüber ‚zivilen‘ Instanzen und jeder Öffentlichkeit abzuschotten. (Lützenkirchen 2013: o. S.)

Laut der Enzyklopädie *Der Ort des Terrors* lassen sich seit Kriegsbeginn insgesamt 23 KZ-Hauptlager mit insgesamt 1.154 Außenlagern unter der Regie des SS-Wirtschaftsverwaltungshauptamts (WVHA) nachweisen (vgl. Buggeln 2012: 9). Auschwitz und Majdanek-Lublin wurden darüber hinaus auch als Vernichtungslager genutzt. Daneben gab es vor allem im Osten zahlreiche andere Lager, die nicht der IKL unterstanden.

<i>Stammlager unter WVHA mit Auschwitz und Majdanek-Lublin (alphabetisch)</i>				
Arbeitsdorf-Fallersleben	Auschwitz (P)	Bergen-Belsen	Buchenwald	Dachau
Flossenbürg	Groß-Rosen (P)	Gusen (AT)	‘s-Hertogenbosch-Vught (NL)	Hinzert
Riga-Kaiserwald (LV)	Kaunas (LT)	Majdanek-Lublin (P)	Mauthausen (AT)	Mittelbau
Moringen	Natzweiler/Struthof (F)	Neuengamme	Niederhagen/Wewelsburg	Plaszów (P)
Ravensbrück	Sachsenhausen	Stutthof (P)	Vaivara (EST)	Warschau (P)

*Tabelle 1: Stammlager WVHA
(Quelle: Nach Buggeln 2012: 9 [CC-BY-SA])*

Die 25 Stammlager liegen heute neben Deutschland auch in Polen (P), Österreich (AT), Lettland (LV), Litauen (LT), Frankreich (F) und Estland (EST). Von diesen haben 12 einen Instagramaccount, die alle in die Stichprobe einfließen.

<i>Name der Gedenkstätte</i>	<i>Land</i>	<i>Instagramname</i>
KZ Mauthausen	AT	@mauthausen_memorial
KZ Dachau	DE	@dachaumemorial
KZ Flossenbürg	DE	@flossenbürg_memorial
KZ Bergen-Belsen	DE	@belsenmemorial
KZ Moringen	DE	@moringenmemorial
KZ Neuengamme	DE	@neuengamme.memorial
Nationaal Monument Kamp Vught (Den Bosch)	NL	@nmkampvught
KZ Auschwitz	P	@auschwitzmemorial
KZ Płaszów	P	@klplaszow
KZ Majdanek	P	@majdanek.memorial
KZ Stutthof	P	@stutthof

*Tabelle 2: Namen, Land, Instagramnamen der Gedenkstätten
(Quelle: Instagram 2021 [CC-BY-SA])*

5.2 Inhaltanalyse

Für einen deskriptiven Überblick wird zunächst eine quantitative Sichtung der Accounts durchgeführt. Hierbei werden allgemeine Socialmediakennzahlen, wie Anzahl der Follower*innen und bisherige Postings, Datum der Accountgründung, verwendete Sprache, Inhalt der kurzen Biobeschreibung sowie Existenz des blauen Hakens zur Verifizierung der Profile zusammengetragen und im Ergebnisteil deskriptiv dargestellt. In einem zweiten Schritt erfolgt

dann die systematische Kodierung jedes Postings: So wird für jeden Beitrag das Thema, die Darstellungsform und ein eventueller Aufruf an die Instagramnutzer*innen zur Partizipation erhoben. Zur besseren Nachvollziehbarkeit wurden alle Postings durch Screenshots gesichert und beschriftet (Gedenkstätte_Datum). Zur Auswertung wurde ein lineares Kategoriensystem verwendet (Rössler 2017: 21), wobei die Kategorien sowohl deduktiv aus Theorie und Forschungsstand als auch induktiv am Material entwickelt wurden. Die einzelnen Postings wurden entsprechend thematisch kodiert. Die Auswertung gibt Aufschluss über Themen, Darstellungsformen und Partizipationsaufrufe.

Die nur 24 Stunden sichtbaren Instagramstories, wurden nicht in die Analyse miteinbezogen, da sie nachträglich bei der Erhebung kaum zu rekonstruieren sind. Ob eine KZ-Gedenkstätte die Funktion der Storyhighlights grundsätzlich nutzt, wird im ersten Überblick aber berücksichtigt. Es werden Beiträge analysiert, die zwischen dem 01.01.2021 und dem 28.02.2021 veröffentlicht wurden. Dieser Zeitraum schließt den 27. Jänner – den internationalen Tag des Gedenkens an die Opfer des Nationalsozialismus mit ein, um zu prüfen, wie dieser thematisiert wird.

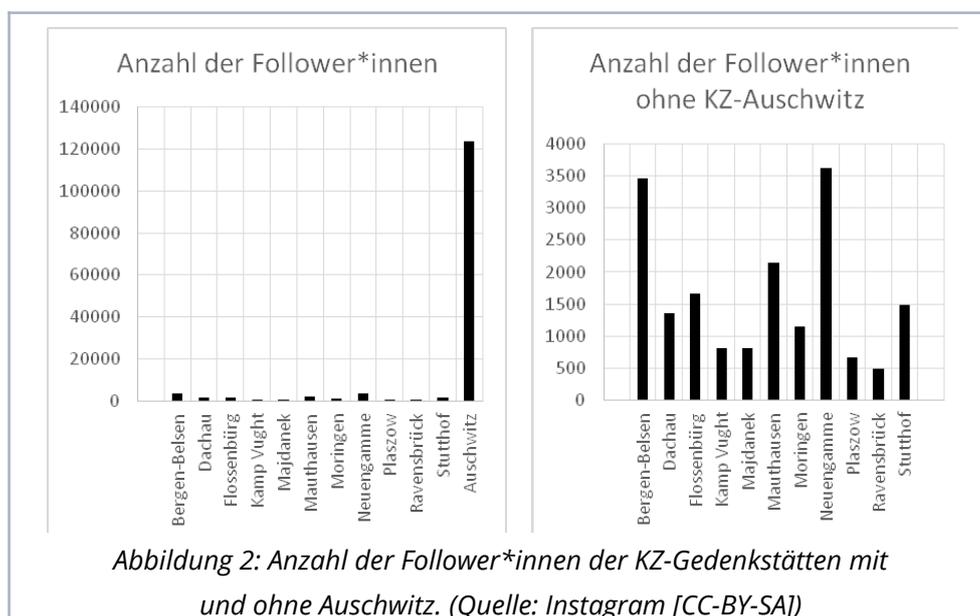
6. Ergebnisse

6.1 Quantifizierender Überblick

Im ersten Teil der Ergebnisse werden die zwölf Instagramprofile vorgestellt und allgemeine Kennzahlen der Accounts analysiert.

Jede Gedenkstätte der Analyse trägt auf Instagram einen Benutzernamen, der den offiziellen Namen der Einrichtung enthält und damit entsprechend leicht auffindbar ist (siehe Tabelle 2, oben).

Die KZ-Gedenkstätten Stutthof und Auschwitz betreiben bereits seit 2012 ein Instagramprofil. Dachau, Kamp Vught und Majdanek richteten sich im Frühling 2020 zu Beginn der Ausbreitung der Coronapandemie ihr Instagramprofil ein. Die restlichen Einrichtungen erstellten ihre Profile zwischen 2017 und 2019. Die Gedenkstätte Auschwitz hat die mit Abstand meisten *Beiträge* (1342) veröffentlicht und hat mit 124.000 auch die meisten Follower*innen. Die Anzahl der *Follower*innen* der anderen elf Gedenkstätten liegt im drei- bis vierstelligen Bereich.



Alle Gedenkstätten haben ein *Profilbild*, wobei sieben von zwölf hierfür ein Foto der Gedenkstätte von außen sowie drei das

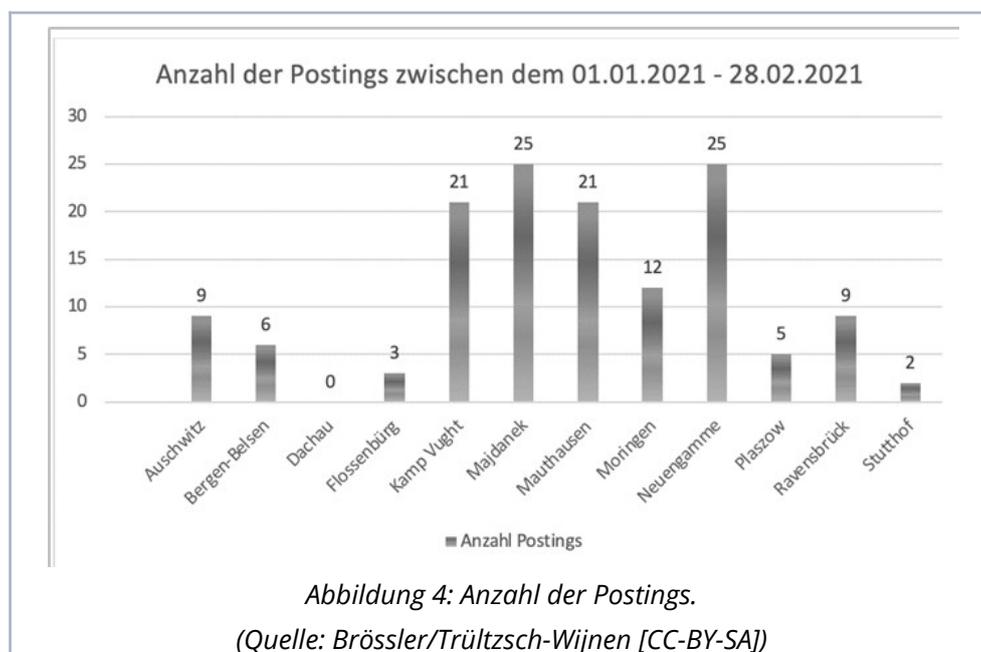
offizielle Logo verwenden; jeweils eine nutzt eine Illustration und das Foto einer Denkmal-Skulptur.



Alle KZ-Gedenkstätten nutzen die *Instagrambiography*, eine Kurzbeschreibung von 150 Zeichen direkt oben auf dem Profil. Elf verlinken dort ihre offizielle Webseite, nur Auschwitz verlinkt zum eigenen Podcast *On Auschwitz*. Drei Gedenkstätten nennen zusätzlich ihren Leitsatz, wie z. B. Moringen: „Erinnern. Wissen. Gedenken. Handeln.“ Die Gedenkstätten Kamp Vught und Mauthausen notieren in der Bio zudem Kontaktmöglichkeiten zur Gedenkstätte außerhalb der Plattform Instagram. In sieben Fällen ist der Text nur Englisch (Auschwitz, Dachau, Flossenbürg, Majdanek, Mauthausen, Neuengamme, Plaszow), in zwei Fällen Englisch und Deutsch (Bergen-Belsen, Moringen), in einem Fall auf Deutsch (Ravensbrück), in einem Fall auf Niederländisch (Kamp Vught) und in einem Fall, auf Polnisch (Stutthof). Acht der zwölf Gedenkstätten nutzen die Möglichkeit, Story-Highlights zu erstellen, mit dem Beiträge thematisch geordnet und unter der Bio angezeigt werden

können. Neuengamme macht von dieser Funktion mit 27 Highlight am häufigsten Gebrauch. Sieben der zwölf Gedenkstätten nutzen die IGTV-Funktion, um längere Hochformatvideos zu publizieren: Mit 33 am häufigsten wieder Neuengamme.

Insgesamt wurden im Rahmen der Inhaltsanalyse 139 einzelne *Postings* analysiert: Bei 41 handelte es sich um Bilderreihen, die zwischen zwei und zehn Fotos enthalten. In der Analyse wurde eine Bilderreihe methodisch als einzelnes Posting verstanden.



Die meisten Beiträge stammen von den Gedenkstätten Majdanek und Neuengamme, keines ist in diesem Zeitraum von Dachau. Zu den 139 Beiträgen zählen insgesamt 82 Fotos, 41 Bilderreihen (am häufigsten 2er-, 3er- und 4er-Reihen) und 16 Videos. In 31 Postings ist das offizielle Logo der Gedenkstätten abgebildet: Fast

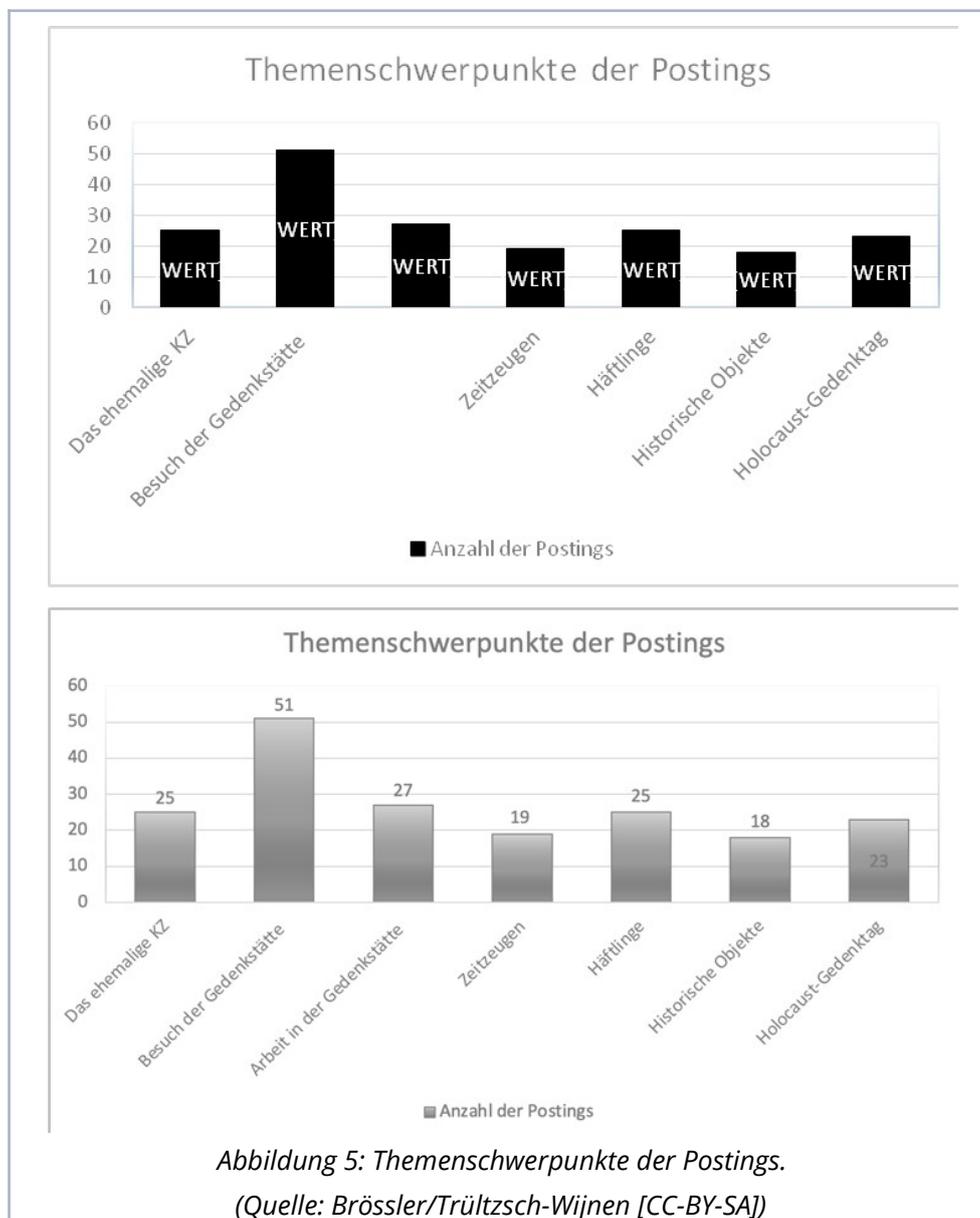
immer bei Moringen und zu etwa 30 Prozent bei Ravensbrück; im Gegensatz dazu verwenden Bergen-Belsen, Flossenbürg, Majdanek, Plaszow und Stutthof ihr Logo nie.

In lediglich 68 Beiträgen wurde ein Standort (Geotag) festgelegt und publiziert. In 53 Fällen ist dies der Standort der Gedenkstätten, in 15 der Standort von Außenlagern oder weiteren Einrichtungen. Eine Bildunterschrift haben alle Beiträge, auf deutsch bei Mauthausen, Flossenbürg und Moringen, deutsch und englisch bei Neuengamme und Ravensbrück (dort gelegentlich auch französisch). Kamp Vught nutzt ausschließlich Niederländisch, Płaszów, Stutthof und Majdanek hauptsächlich Polnisch (selten auch Englisch). Die Gedenkstätte Auschwitz dagegen verfasst ihre Beiträge ausschließlich auf Englisch.

Von den 139 Postings haben lediglich 11 keinen Hashtag, gegenüber der Mehrzahl von 128 mit mindestens einem. Insgesamt wurden 1061 Hashtags verwendet, durchschnittlich 7,98 pro Beitrag. Die meisten (30) Hashtags besitzt ein Beitrag der KZ-Gedenkstätte Auschwitz, auch Neuengamme nutzt überdurchschnittlich viele. Diese werden auch dafür genutzt, den Namen der eigenen Gedenkstätte hervorzuheben (vor allem Neuengamme, Mauthausen, Moringen, Majdanek). Weitere häufig genutzte Hashtags sind #weremember, #zweiterweltkrieg, #gedenkstätte, #neverforget, #nsgedenken und #holocaustmemorialday.

6.2 Qualitative Analyse

Um die Darstellungsformen, inhaltlichen Botschaften sowie Partizipationsaufrufe zu erfassen, wurden induktiv sieben Themenschwerpunkte ermittelt. Die Beiträge der KZ-Gedenkstätten können sieben Themenschwerpunkten zugeordnet werden, wobei hier auch mehrfach kodiert wurde – vor allem in Bezug zum Holocaust-Gedenktag. Fast alle publizierten Fotos und Videos sind gegenwärtig entstanden, seltener wird auf historische Aufnahmen zurückgegriffen, wie bei den Themen ‚Häftlinge‘ und ‚Das ehemalige KZ‘, die hier zuerst vorgestellt werden.



6.2.1 Ehemaliges Konzentrationslager

Der erste Themenschwerpunkt ‚ehemaliges Konzentrationslager‘ umfasst Postings, die Gelände, Gebäude oder Räumlichkeiten in den Mittelpunkt stellen. Dies sind 34 Beiträge: 15 zeigen Fotos in-

nerhalb des Lagers, vor allem Wege, Straßen, Häftlingsbaracken, Wachtürme und Zwangsarbeitsbetriebe.

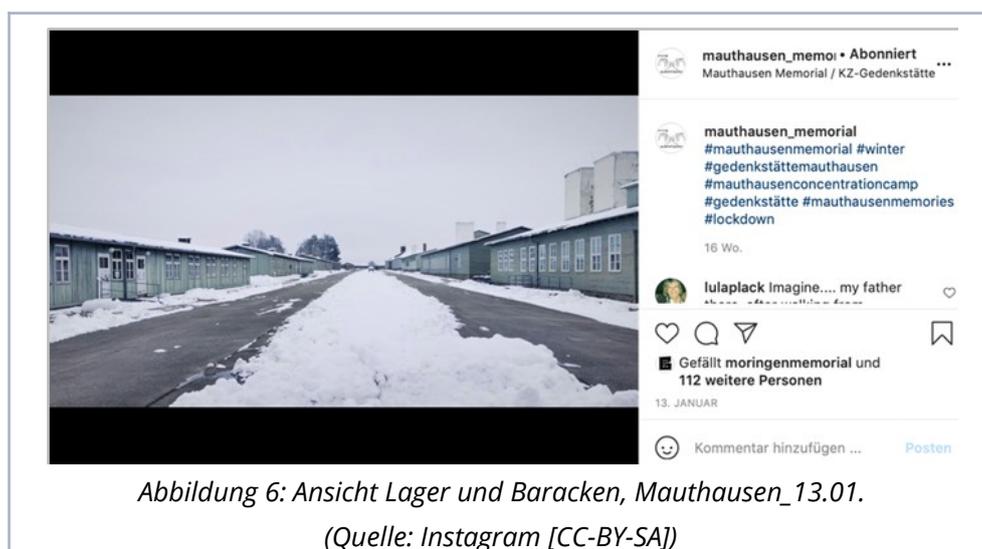


Abbildung 6: Ansicht Lager und Baracken, Mauthausen_13.01.

(Quelle: Instagram [CC-BY-SA])

Auch besonders grausame Orte wie Bunker, Gaskammern oder Krematorien werden gezeigt und in den Bildunterschriften mit eingängigen Beschreibungen, Zitaten von Besucher*innen oder Zeitzeug*innen ergänzt. Die Gedenkstätte Kamp Vught zitiert die Gedanken einer Besucherin:

Mich hat das sehr bewegt: Die Baracken mit den Räumen darin, darunter auch der viel zu kleine Bunker 115 [9 m²], in den 74 Frauen [14 Stunden] gestopft wurden! Unglaublich, wie schrecklich das gewesen sein muss. (@nmkampvught 2021: o.S., eigene Übersetzung)

Neun Postings bilden die Umgebung des Lagers ab, wie etwa Tore und Zäune oder jene Bahngleise, auf denen die Opfer ankamen. Sieben Postings zeigen andere KZ-Gedenkstätten, die mit der je-

weiligen in Verbindung stehen, aber keinen eigenen Account betreiben. Mauthausen postete Luftaufnahmen des KZ-Außenlagers Schwechat-Heidfeld (Mauthausen_12.02); Majdanek veröffentlichte Fotos der ehemaligen Vernichtungslager Bełżec und Sobibór (Majdanek_20.01, Majdanek_09.02a, Majdanek_16.02b).

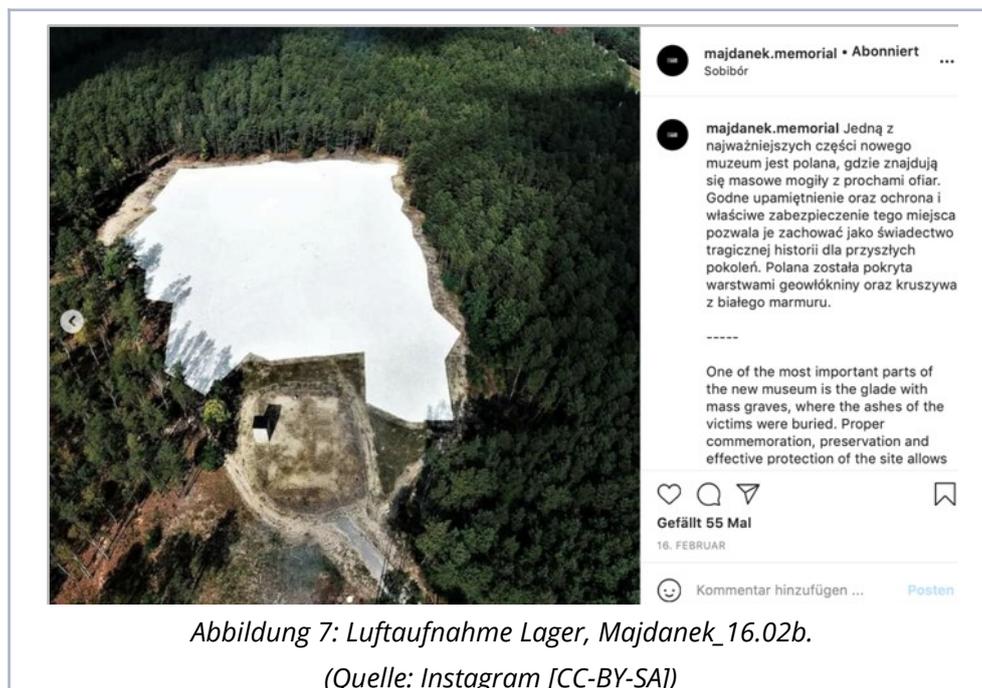


Abbildung 7: Luftaufnahme Lager, Majdanek_16.02b.

(Quelle: Instagram [CC-BY-SA])

Auf die Befreiung des Konzentrationslagers beziehen sich drei Postings: So bei der Gedenkstätte Kamp Vught eine Bilderreihe mit historischen Fotografien vom Gedenken unmittelbar im September 1946 (KampVught_11.02a). Zwei Beiträge der KZ-Gedenkstätten Auschwitz und Stutthof widmen sich der Grausamkeit der Todesmärsche.

6.2.2 Häftlinge

Eine zentrale Aufgabe von KZ-Gedenkstätten ist die Erinnerung an die Opfer der NS-Verbrechen. Postings zum Schwerpunkt ‚KZ-Häftlinge‘ rücken deren persönliches Schicksal in den Mittelpunkt. Der Fokus liegt hierbei auf der Situation der Menschen während der Zeit des Nationalsozialismus (im Gegensatz zur Gegenwart bei ‚Zeitzeugenschaft‘ unten). Kinder, Erwachsene und Familien, die in die jeweiligen Konzentrationslager deportiert und dort in den meisten Fällen ermordet wurden, kommen in insgesamt 25 Postings vor. Im Bild- und Bilderreihenformat werden Fotos der Häftlinge veröffentlicht, zumindest mit Namen, Geburtstag und -ort, Umständen der Verhaftung, Todesdatum und Todesort. Während Mauthausen die Lebensgeschichten in einem ausführlicheren Erzählstil beschreibt, stellt sie Auschwitz knapp und stichpunktartig vor. In 11 Postings werden erwachsene Häftlinge vorgestellt; unter anderem auch Edith Frank, die Mutter von Anne Frank, die 1945 im KZ-Auschwitz ermordet wurde. Fünf Postings zeigen zudem Aufnahmen von Familien, bevor diese deportiert wurden. Eines dieser Postings stellt Salomea Poler dar – 1942 nach Auschwitz deportiert und ermordet – mit ihren fünf Kindern (Auschwitz_17.01b). In den Kommentaren des Beitrages meldete sich eine ihrer Töchter, die sich damals versteckt hatte und so den Holocaust überlebte (Auschwitz_17.01b). Dieses Beispiel macht deutlich, wie die Grenzen zwischen Vergangenheit und Gegenwart verschwimmen können – wie Speichergedächtnis (Archiv) wieder in kommunikatives Gedächtnis (Erinnern) überführt wird.

Neun Beiträge zeigen Kinder und thematisieren deren Geschichte (Kamp Vught, Auschwitz, Mauthausen).



Abbildung 8: Familie Poler und Kommentar, Auschwitz_17.01b.

(Quelle: Instagram [CC-BY-SA])

6.2.3 Historische Objekte

Die KZ-Gedenkstätten verfügen über viele historische Objekte: In 17 Postings werden sie thematisiert. Es handelt sich dabei immer um persönliche Gegenstände der Häftlinge, welche entweder mitgebracht oder später in ihrem Zuhause gefunden wurden. Sieben Postings betreffen Dokumente und Schriftstücke, wie Ausweise, Karten und Briefe, Tagebücher und Poesiealben. Abbildung 9 zeigt eine illegal angefertigte Neujahrskarte eines Inhaftierten.

Drei Postings zeigen ehemalige Kleidungsstücke und Accessoires der Häftlinge, wie eine Handtasche, einen Armreif oder eine Häftlingsmütze. Fünf stellen Gegenstände in den Mittelpunkt, die inhaftierten Kindern gehörten, wie zum Beispiel eine Puppe oder Buntstifte (KampVught_24.01). Zwei Postings der Gedenkstätte Majdanek zeigen Schlüssel und Brillen. Zu diesen Alltagsgegenständen schreibt die Gedenkstätte:

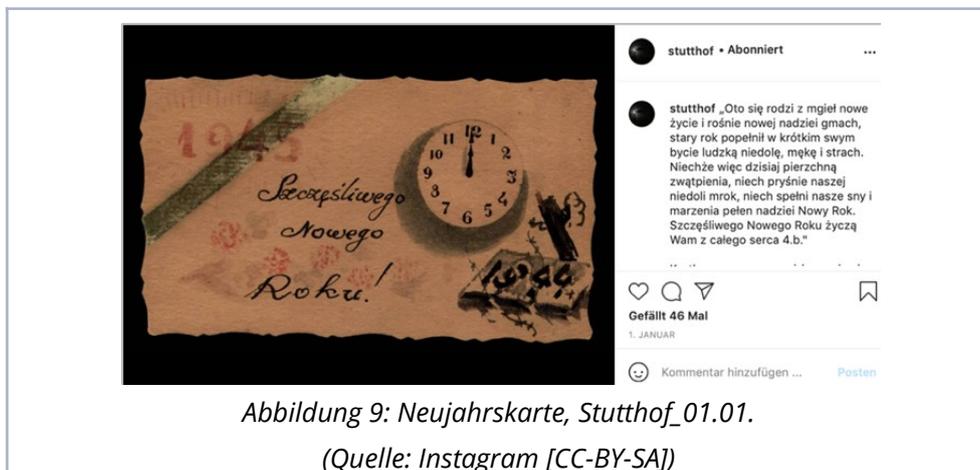


Abbildung 9: Neujahrskarte, Stutthof_01.01.

(Quelle: Instagram [CC-BY-SA])

Die erhaltenen Hausschlüssel, Hygieneartikel, Uhren und Brillen belegen, dass ihre Besitzer erst im letzten Moment erkannten, dass sie zur Ermordung nach Sobibór gebracht wurden. Scheinbar wertlos sind die ausgestellten Gegenstände wie Besteck, Geschirr oder Scheren, aber ebenso wichtig wie Schmuck und persönliche Andenken. Für ihre Besitzer waren sie Ausdruck der Hoffnung auf ein weiteres Leben im Schatten der Vernichtung und zugleich ein Bindeglied zu den Häusern, aus denen sie geholt wurden. (Majdanek_19.02, eigene Übersetzung)

Damit erklärt die Gedenkstätte zugleich die Bedeutung für die Geschichtsvermittlung und Erinnerungskultur.

6.2.4 Besuch der Gedenkstätte

Den ‚Besuch der Gedenkstätte‘ betreffen 51 Postings: Sowohl den konkreten Besuch vor Ort als auch im digitalen Raum. 20 der 51 Postings vermitteln Informationen, die vor dem Besuch relevant sind: Acht davon zu den aktuellen Coronaregeln (Schließung, veränderte Öffnungszeiten, Hygieneregeln). Drei Gedenkstätten ver-

weisen hier auf digitale Formate als Alternative. Weitere 13 Postings kündigen Online- und Vorortveranstaltungen oder auch Bücher und Filme an, die vor Ort erworben bzw. gesehen werden können. Den konkreten Online- oder Offlinebesuch der Gedenkstätte stellen 31 der 51 Postings dar und 22 zeigen Aufnahmen von aktuellen Ausstellungen vor Ort.

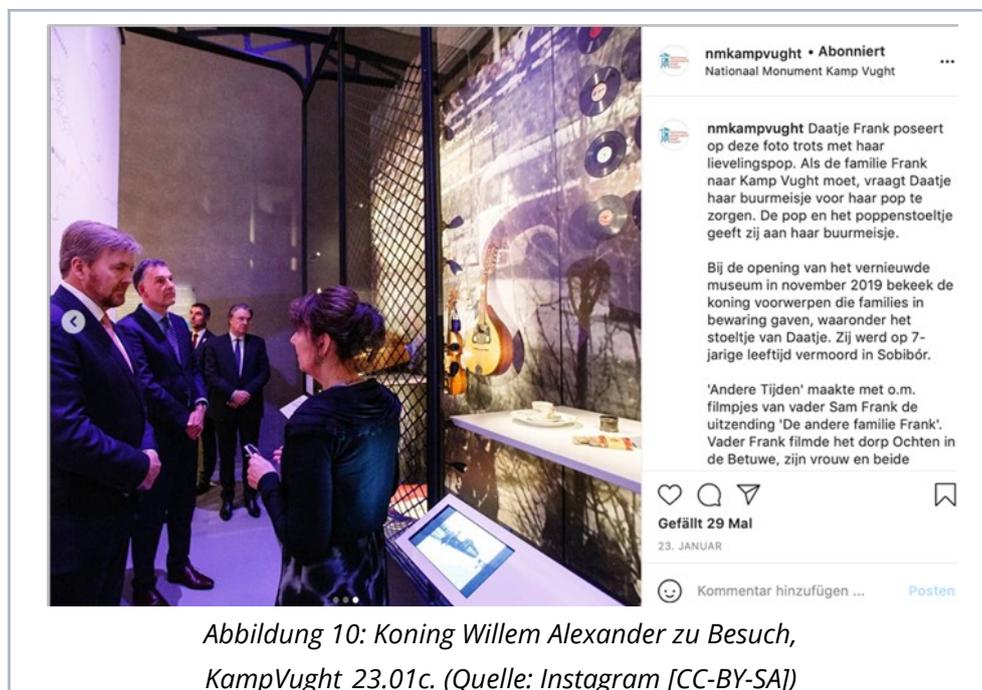


Abbildung 10: Koning Willem Alexander zu Besuch, KampVught_23.01c. (Quelle: Instagram [CC-BY-SA])

Lediglich neun Postings zeigen Aufnahmen von Veranstaltungen: Die Hälfte davon wegen Corona online abgehaltene Lesungen oder Workshops. Die andere Hälfte vor Ort, wie Gedenkveranstaltungen, Führungen, Podiumsdiskussionen oder Besuche von Politiker*innen. (siehe Abbildung 10) Diese Veranstaltungen wurden teilweise auch als Hybridveranstaltungen live auf Instagram über-

tragen, um sie sowohl einem Publikum vor Ort als auch einem Onlinepublikum zugänglich zu machen.

6.2.5 Arbeit in der Gedenkstätte

Die Einrichtungen nutzen Instagram auch, um Einblick in die Arbeit von Mitarbeiter*innen zu geben: in insgesamt 27 Postings. Einzelne Mitarbeitende werden in 18 Postings vorgestellt: z. B. entwickelte Neuengamme die Videoreihe #WhatMovesMeMost, in der Mitarbeitende Orte der Gedenkstätte vorstellen, die sie persönlich am meisten berühren (Neuengamme_02.02). Mauthausen veröffentlichte im gleichen Zeitraum die Fotoreihe, „DREI FRAGEN AN...“ in der Mitarbeitende Fragen zu einem bestimmten Aspekt beantworten (Mauthausen_02.02). Ravensbrück ermöglicht einen Einblick in Technik-, Renovierungs- und Gartenarbeiten, die während des Lockdowns vorgenommen wurden (Ravensbrück_17.02abc). In der Hälfte dieser 18 Postings berichten ehemalige und aktuelle Teilnehmende eines Freiwilligen Sozialen Jahres sowie Praktikant*innen. Ravensbrück präsentiert die Freiwilligenarbeit in kurzen Video- und Interviewformaten, während Moringen auf eine Kombination aus Fotos der Mitarbeitenden und einem persönlichen Bericht in der Bildunterschrift setzt. Solche Beiträge sind meist mit dem Aufruf zur Bewerbung auf neue Stellen dieser Art verknüpft. Fünf Postings der Gedenkstätten Ravensbrück, Moringen, Flossenburg und Kamp Vugh beinhalten unterschiedliche Stellenausschreibungen für die Arbeit in der Gedenkstätte.



Abbildung 11: Stellenausschreibung, Flossenbürg_26.02.
(Quelle: Instagram [CC-BY-SA])

6.2.6 Zeitzeugenschaft

19 Postings der Stichprobe rücken Zeitzeug*innen des Holocausts in den Fokus: Hier finden sich vier Bereiche. Erstens, die Darstellung der Lebensgeschichte, die in vielen Fällen aus einem Foto der Person und einer Kurzbiografie in der Bildunterschrift besteht. Zweitens werden Veranstaltungen wie Gedenktage oder Lesungen gezeigt, bei denen Zeitzeug*innen einen Beitrag leisteten oder präsent sind. Drittens wird Kunst, die von Zeitzeug*innen erschaffen wurde, präsentiert und kontextualisiert, die teilweise auch in den Gedenkstätten ausgestellt ist, wie Zeichnungen, Gemälde oder Skulpturen. Die Kunst ermöglicht es zudem besonders grausame Aspekte zu thematisieren, von denen auf den Instagramaccounts bewusst kein Fotomaterial verwendet wird, weil es zu verstörend wäre. Das vierte Unterthema sind Nachrufe für

verstorbene Zeitzeug*innen: In den meisten Fällen wird eine Fotografie der Person gepostet und in der Bildbeschreibung ihre Biografie beleuchtet.



Abbildung 12: Zeitzeuge Bert Woudstra, Moringen_27.01a.

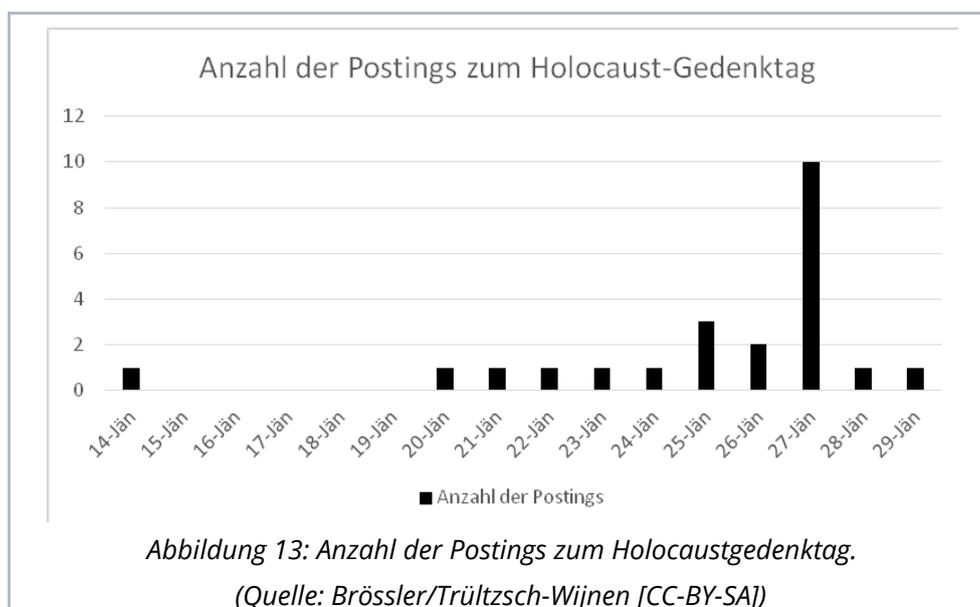
(Quelle: Instagram [CC-BY-SA])

6.2.7 Der Holocaust-Gedenktag

Der Internationale Holocaustgedenktag am 27. Jänner wurde in Deutschland 1996, vom Europarat 2002 von der UNO 2005 eingeführt – es ist der Tag der Befreiung des KZ- und Vernichtungslagers Auschwitz durch die rote Armee (vgl. Dymczyk 2010: 3). Österreich entschied sich 1997 für den 5. Mai, als den Tag der Befreiung des KZ Mauthausen (Lamprecht 2010), gleichwohl findet auch hier der 27. Jänner eine ähnliche Resonanz.

Im Analysezeitraum greifen neun Gedenkstätten den Gedenktag in zusammen 23 Beiträgen auf. Zehn davon wurden direkt an

dem Tag, elf Postings davor und zwei Postings nach dem Gedenktag veröffentlicht.



Die zehn Bilder, elf Bilderreihen und zwei Videos zum Holocaustgedenktag transportierten eine vielfältige Palette an Themen aus allen vorgestellten Themenschwerpunkten, ein besonderer Schwerpunkt ist dabei nicht zu erkennen.



In neun Postings wird für Veranstaltungen bzw. für Bücher und Filme geworben. Ravensbrück beispielsweise lädt bereits eine Woche zuvor zu einer Onlinevorlesung ein (Ravensbrück_20.01). Acht der 23 Postings stellen KZ-Häftlinge vor, davon sechs Kinder, vier Zeitzeugen. Viermal wird auf aktuelle Ausstellungen und Museumsbereiche verwiesen. Ebenso stellen vier Postings Veranstaltungen vor. Neuengamme entwickelte für den Gedenktag eine Hybridveranstaltung: Die vor Ort abgehaltene und moderierte Gedenkfeier wurde live übertragen und anschließend auf Instagram veröffentlicht (Neuengamme_27.01). Diese Art von Veranstaltung ermöglicht es dem Publikum entweder vor Ort oder im digitalen Raum zu partizipieren.

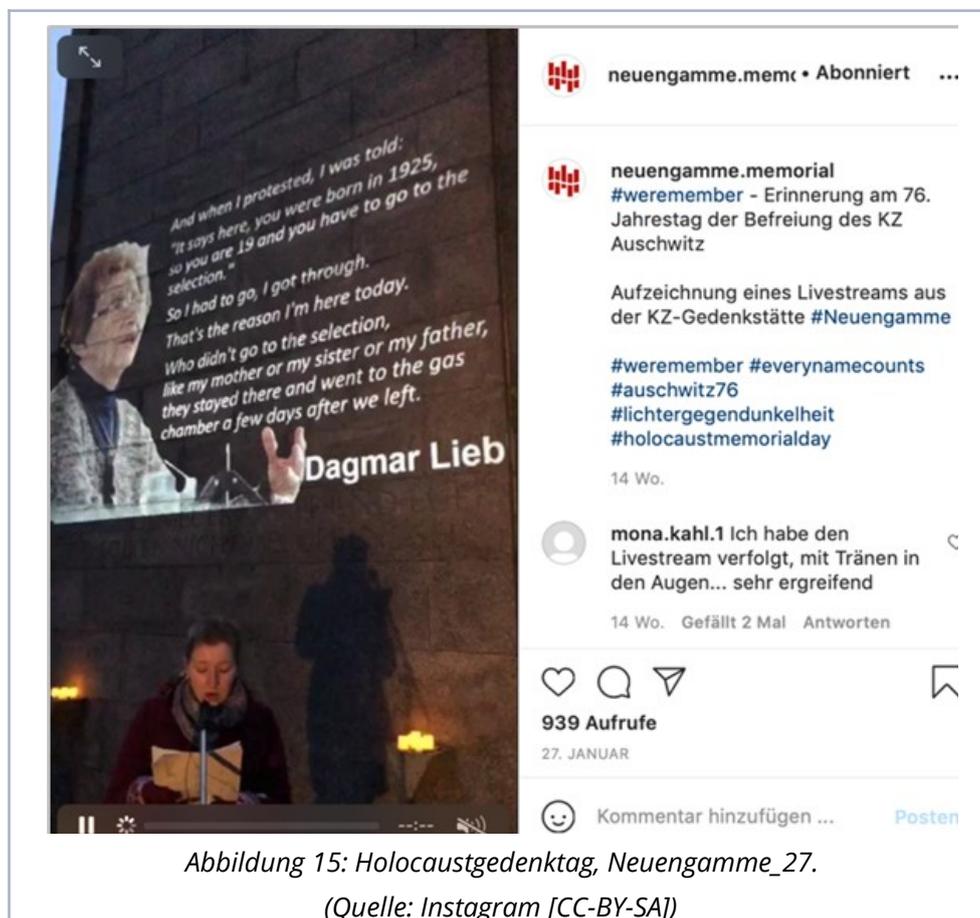


Abbildung 15: Holocaustgedenktag, Neuengamme_27.

(Quelle: Instagram [CC-BY-SA])

Auch am Gedenktag wurden am häufigsten die offiziellen Hashtags der Gedenkstätten, wie #vught oder #Neuengamme verwendet. Die Hashtags #holocaustmemorial und #Weremember wurden jeweils zehnmal gepostet und wurden damit, neben den eigenen Namen der Gedenkstätten, am häufigsten verwendet. #Weremember wird in Anlehnung an die gleichnamige Kampagne verwendet, die jährlich zum gemeinsamen Onlinegedenken einlädt und dazu aufruft, sich mit dem Hashtag #Weremember zu fotografieren (AboutHolocaust.org 2021: o. S.). Der Hashtag #Lichter-

gegen Dunkelheit wurde um den Holocaustgedenktag fünfmal verwendet. Die gleichnamige Aktion von NS-Gedenk- und Dokumentationsstätten sowie Gedenkinitiativen zielte darauf ab, Gedenkorte in ganz Deutschland anzustrahlen, um auch in der Coronakrise ein Zeichen zu setzen (vgl. Gryglewski 2021: o. S.). #Everynamecounts wurde dreimal gepostet und steht in Zusammenhang mit der Crowdsourcing Initiative, die „den Verfolgten des Nationalsozialismus ein digitales Denkmal [...] errichten“ (Azoulay o.J.: o.S.) möchte. Weitere Hashtags, die im Rahmen des Gedenktages genutzt wurden, lauten #holocaustmemorialday, #remembrance, #neverforget, #holocaust und #gedenkstätte.

7. Diskussion

Die Ergebnisse zeigen mit Bezug zur forschungsleitenden Frage, welche Inhalte die Gedenkstätten auf Instagram posten. Sie nutzen sowohl Themen mit Vergangenheits- als auch mit Gegenwartsbezug. Im Analysezeitraum konnten sieben Themenschwerpunkte herausgearbeitet werden. Davon können die Themenschwerpunkte ‚Ehemaliges Konzentrationslager‘, ‚KZ-Häftlinge‘ und ‚Historische Objekte‘ dem historischen Kontext zugeordnet werden: Hier werden Orte, Menschen und Exponate aus der NS-Zeit vorgestellt. Die Themen ‚Besuch KZ-Gedenkstätte‘, ‚Arbeit in der KZ-Gedenkstätte‘ sowie ‚Zeitzeugenschaft‘ haben einen stärkeren Gegenwartsbezug: Die Postings sind als Bemühen der Gedenkstätten zu verstehen, historisches Wissen im Hier und Jetzt zu vermitteln und somit Erinnerungsarbeit zu leisten. Besonders

beim Holocaustgedenktag wird deutlich, wie Erinnern als Brücke zwischen kommunikativem Kurzzeitgedächtnis zu einem medial fixierten kulturellen Langzeitgedächtnis zu verstehen ist (siehe Assmann/Assmann 1994: 123).

Dabei zeigt sich auch eine gewisse Sensibilität der Gedenkstätten bei ihrer Erinnerungsarbeit: Als Orte des Grauens haben sie dennoch den Anspruch dieses nicht visuell zu reproduzieren, sondern der NS-Opfer in Würde zu gedenken. Die Beiträge dokumentieren aufklärend und informierend. Grausame Taten des NS-Regimes werden in sachlicher Textform oder durch Zeichnungen dargestellt. Foto- und Videomaterial wird selbst produziert oder auf Archivbestände zurückgegriffen. Die KZ-Gedenkstätten nutzen die Plattform auch, um – vor allem bei den jugendlichen Nutzer*innen – an Bekanntheit zu gewinnen: Hierzu gehört die Verwendung des Logos, von Geotags oder eigenen Hashtags. Anders als auf Instagram üblich, nutzen die Gedenkstätten viel Text in der Bildunterschrift, um möglichst umfangreiche Informationen bereitzustellen. In früheren Untersuchungen (Manca 2019) wurde meist nur die Nationalsprache genutzt, während jetzt neben der Landessprache gelegentlich auch Englisch genutzt wird, um ein internationales Publikum miteinzubeziehen.

Für die Interaktionen mit Follower*innen spielt Instagram keine wichtige Rolle, auch der Wunsch der Vernetzung von Gedenkstätten mit den Follower*innen (Groschek 2020) hat sich bisher eher nicht erfüllt. Hierfür bleiben anscheinend Twitter und teilweise Facebook wichtiger. Laut Halbwachs (Moller 2010) entsteht Erin-

nerung im sozialen Kontext durch Kommunikation und Interaktion, allerdings ist beides auf Instagram nachrangig. Immerhin aber gibt es in 26 Prozent der Postings Interaktionsaufrufe an Follower*innen, etwa über Fragen, Aufrufe oder Einladungen. Zudem werden Instagramnutzer*innen per Algorithmus, selbst wenn sie den gleichen Profilen folgen, verschiedene Beiträge und Kommentare angezeigt – so werden wohl auch die Postings der KZ-Gedenkstätten unterschiedlich wahrgenommen und tragen so eher zur Individualisierung von Erinnerung bei (Bettendorf 2019). Kreative Wege, um Follower*innen einzubeziehen sind beispielsweise Socialmediarundgänge, Instaswaps, Instatakeover, Quizze oder das Teilen von Beiträgen anderer User*innen.

Van Dijck (2007) betont die Chancen, die sich durch die Integration digitaler Medien in den Alltag für Erinnerungskulturen ergeben. In diesem Sinne ermöglicht es auch Instagram, historisches Wissen (aus dem kulturellen Gedächtnis) multimedial aufzubereiten und so für mediatisierte Erinnerungen nutzbar zu machen. Die KZ-Gedenkstätten nutzen dies, um an die NS-Verbrechen zu erinnern, Vorurteilen und Halbwissen entgegenzuwirken und das Interesse für den Besuch der Gedenkorte zu wecken.

In einer Zeit, in der immer weniger Zeitzeug*innen des Holocaust leben und selbst Aufklärungsarbeit betreiben können, ist die Präsenz der KZ-Gedenkstätten auf Instagram umso wichtiger: Aktuell befindet sich die Thematik (folgt man Assmann und Assmann 1994) in einer Phase des Übergangs zwischen dem kommunikativen und dem kulturellen Gedächtnis. Interessierte und engagierte

Mitarbeiter*innen arbeiten mittels Plattformen wie Instagram daran, die Geschichte im kommunikativen Gedächtnis zu halten und zugleich möglichst viel Wissen in einem Spektrum von Präsentationsformen für das kulturelle Gedächtnis der Gesellschaft zu speichern. Die KZ-Gedenkstätten erreichen über Instagram ein vergleichsweise jüngeres und internationaleres Publikum als über andere soziale Netzwerke. So können neue Personengruppen auch außerhalb formaler Bildungskontexte erreicht werden, die sich dann auch an Erinnerungsdiskursen beteiligen – im positiven Sinne der Polyphonie der Erinnerung (Lohmeier/Schwarzenegger/Schreiber, 2020). Neue Perspektiven oder Interessensgebiete der Follower*innen können so in die Gedenkstättenarbeit einbezogen werden. Die Instagramauftritte sollen dabei vor allem eines sein: Ermutigung für den Besuch einer Gedenkstätte – eine Erfahrung, die Social Media nicht ersetzen kann.

8. Schluss

Das Vergegenwärtigen von Vergangenheit ist fundamental mit medienbasierter Kommunikation verbunden: Die KZ-Gedenkstätten nutzen Instagram zur visuellen Erinnerungsarbeit: Mit multimedialen Inhalten halten Sie die Erinnerung an die Opfer des Nationalsozialismus und die Gräueltaten im Diskurs. Man kann davon ausgehen, dass dieser Bereich in den kommenden Jahren eine noch größere Rolle bei der Gedenkstättenarbeit einnehmen wird. Daher dürfen Ausbau und Professionalisierung der Instagramarbeit nicht vernachlässigt werden. Ein großer Teil der Ge-

denkstätten plant (so die Interviews, Brössler 2022) mehr Postings in regelmäßigen Abständen, um die Erinnerungsorte als ‚Marke‘ zu etablieren. Eine einheitliche Bildsprache sowie die Einbindung von Logos sind in diesem Zusammenhang von Bedeutung, ebenso soll das gemeinsame Erinnern am Holocaustgedenktag ausgebaut werden (ebd.).

Es finden sich in den Postings auch Hinweise darauf, dass immer häufiger auf rechtsextreme Tendenzen, populistische Hetze oder die Verbreitung von Falschinformationen und Verschwörungstheorien reagiert werden muss. Das Risiko von ‚Online-Angriffen‘ auf KZ- Gedenkstätten könnte künftig steigen. Mitarbeitende der KZ-Gedenkstätten müssen Strategien erarbeiten, um Hass und Hetze entgegenzutreten – nicht nur auf Instagram. Weitere Forschung sollte vergleichend die Präsentation auf verschiedenen Plattformen untersuchen. Ebenso verlangen Art oder Grad an Partizipation noch eine genauere Untersuchung: Etwa auf welchen Plattformen sie wie und wie häufig stattfindet.

Anmerkungen

- 1 2011: 80 Tausend, 2019: 90 Tausend, 2020: 36 Tausend (Bitto 2021)
- 2 Halbwachs ist selbst Opfer der NS-Verbrechen: Er wurde im August 1944 in das KZ Buchenwald deportiert, wo er am 16. März 1945 starb.

Literatur

AboutHolocaust.org (2021): Learn From The Past. Protect The Future. International Holocaust Remembrance Day, online unter: <https://weremember.worldjewishcongress.org/> (letzter Zugriff: 01.09.2022).

Assmann, Aleida/Assmann, Jan (1994): Das Gestern im Heute. Medien und soziales Gedächtnis, in: Merten, Klaus/Weischenberg, Siegfried/Schmidt, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 114–140.

Azoulay, Floriane (o.J.): Über #everynamecounts, online unter: <https://enc.arolsen-archives.org/ueber-everynamecounts/> (letzter Zugriff: 01.09.2022).

Bettendorf, Selina (2020): Instagram-Journalismus für die Praxis. Ein Leitfaden für Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit, Wiesbaden: Springer VS.

Bitto, Brigitte (2021): Weniger Besucher in KZ-Gedenkstätten: Dachau und Flossenbürg mussten wegen Corona schließen, online unter: <https://www.sonntagsblatt.de/artikel/weniger-besucher-kz-gedenkstaetten-dachau-und-flossenbuerg-mussten-wegen-corona> (letzter Zugriff: 01.09.2022).

BMDW (Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort) (2016): Gedenkstättenengesetz – GStG (2016): Bundesgesetz über die Errichtung der Bundesanstalt „KZ-Gedenkstätte Mauthausen/Mauthausen Memorial“. Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS): Wien, online unter: <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20009605> (letzter Zugriff: 01.09.2022).

Braune, Tim (2020): Viele Holocaust-Überlebende sterben – Was wird aus Gedenken? Auschwitz Befreiung, online unter: <https://www.morgenpost.de/politik/article228253007/Viele-Holocaust->

[Ueberlebende-sterben-Was-wird-aus-Gedenken.html](#) (letzter Zugriff: 01.09.2022).

Brebeck, Wulff (1991): Zeitgeschichtliches Museum oder ... , in: Aktion Sühnezeichen Friedensdienste e.V. (Hg.): Gedenkstätten im Wandel: Ein internationaler Vergleich, Berlin.

Brössler, Sophie L. (2022): Multimediales Gedenken in Europa. Wie kommunizieren KZ-Gedenkstätten über die Plattform Instagram? Unveröffentlichte Masterarbeit. FB Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg.

Cerny-Werner, Roland (2013): Mindestens dreimal Vergangenheit – Zum Umgang der DDR mit Gedenkstätten am Beispiel Buchenwald. in: Chilufim: Zeitschrift für Jüdische Kulturgeschichte 14, 27–42.

Claaß, Pauline (2020): Instawalk in der KZ-Gedenkstätte, in: DZOK-Mitteilungen Heft, 73 (1), 13.

Dechert, Antje/Neumeier, Andrea (2021): Gedenkstätten: Erinnerungen hängen an Dingen und Orten. BR, online unter: <https://www.br.de/nachrichten/kultur/gedenkstaetten-erinnerungen-haengenan-dingen-und-orten,SX65tU0> (letzter Zugriff: 01.09.2022).

Dymczyk, Adina (2010): Holocaust-Gedenktage in den Mitgliedsstaaten der OSZE, in: Gedenkstättenrundbrief, 155, 3–10.

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

Groschek, Iris/Jost, Steffen (2016): Tweetup und MemorialWalk. Social Media in der Vermittlung an den KZ-Gedenkstätten Neuen-gamme und Dachau, online unter: <http://lernen-aus-der-geschichte.de/Lernen-und-Lehren/content/13114> (letzter Zugriff: 01.09.2022).

Gryglewski, Elke (2021): Lichter gegen Dunkelheit, online unter: <https://www.lichter-gegen-dunkelheit.de/> (letzter Zugriff: 01.09.2022).

Halbwachs, Maurice (1985): Das Gedächtnis und seine sozialen Bedingungen, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Halbwachs, Maurice (1991): Das kollektive Gedächtnis, Frankfurt am Main: Fischer.

Hans-Georg, Lützenkirchen (2013): Täter. Buchbesprechung, online unter: <https://literaturkritik.de/id/18526> (letzter Zugriff: 01.09.2022).

Hilbrandt, Sven (2020): Wahrnehmbarkeit, Fortbildung, Vernetzung. Die Ergebnisse der Digitalisierungsumfrage des Gedenkstättenreferates der Topographie des Terrors, in: Gedenkstättenrundbrief, 199, 22–31.

Hoskins, Andrew (2014): The mediatization of memory, in: Lundby, Knut (Hg.): Mediatization of Communication, Berlin/Boston: de Gruyter, 661–680.

Jost, Steffen (2015): #darfmansowasposten – Repräsentationen von KZ-Gedenkstätten bei Instagram. Vortrag #erinnern_kontrovers im Rahmen des Workshops DIGITALE MEDIEN UND ERINNERUNGSKULTUR(EN), Berlin: 10.07.2015.

Kepios Data (2022): Instagram Report Q1 2022, online unter: <https://datareportal.com/essential-instagram-stats> (letzter Zugriff: 01.09.2022).

Kontara, Ángel Ruiz (2020): Plädoyer für Digitalisierung in Gedenkstätten. Ein Gedankenaustausch: Position 1, in: DZOK-Mitteilungen 73 (1), 10.

Lamprecht, Gerald (2010): Der Gedenktag 5. Mai im Kontext österreichischer Erinnerungspolitik, online unter: https://www.erinnern.at/media/87988d152f6c0dba35c1c9a03c3e62ad/04_gerald-

[lamprecht_gedenktag-5-mai-im-kontext-oe-sterr-erinnerungspolitik.pdf](#) (letzter Zugriff: 01.09.2022).

Lein, Anette/Wenge, Nicola (2020): „Eine Art Zwischenbilanz“. Interview zur digitalen Arbeit an deutschen KZ-Gedenkstätten im Herbst 2020, in: DZOK-Mitteilungen 73. (1), 7–9.

Lohmeier, Christine/Schwarzenegger, Christian/Schreiber, Maria (2020): Instamemories: Geschichte in digitalen Medien als lebendige Erinnerungskultur jenseits formaler Bildungskontexte, in: merzWissenschaft 64 (6), 48–61.

Lutz, Thomas/Schulze, Marie (2017): Gedenkstätten für die Opfer nationalsozialistischer Gewalt in Deutschland – eine Übersicht, in: Gedenkstätten-Rundbrief 187, 3–17.

Manca, Stefania (2019): Holocaust memorialisation and social media. Investigating how memorials of former concentration camps use Facebook and Twitter, Brighton: Academic Conferences and Publishing International.

Moller, Sabine (2010): Erinnerung und Gedächtnis. Docupedia-Zeitgeschichte, online unter: https://docupedia.de/zg/Erinnerung_und_Ged%C3%A4chtnis (letzter Zugriff: 20.09.2022).

Orth, Karin (2007): Die Historiografie der Konzentrationslager und die neuere KZ-Forschung, in: Archiv für Sozialgeschichte 47 (47), 579–598.

Pentzold, Christian/Lohmeier, Christine/Kaun, Anne (2018): Was will, was kann, was soll eine kommunikationswissenschaftliche Erinnerungsforschung? Arbeitspapier I des Netzwerks Kommunikationswissenschaftliche Erinnerungsforschung: Grundlagen und Arbeitsfelder, online unter: https://memoryandmedia.net/wp-content/uploads/2018/11/Netzwerk_Arbeitspapier-I-1.pdf (letzter Zugriff: 01.09.2022).

Rössler, Patrick (2017): Inhaltsanalyse, Konstanz/München: UVK.

Sommer, Vivien (2018): Mediatisierte Erinnerungen. Medienwissenschaftliche Perspektiven für eine Theoretisierung digitaler Erinnerungsprozesse, in: Sebald, Gerd/Döbler, Marie-Kristin (Hg.): (Digitale) Medien und soziale Gedächtnisse, Wiesbaden: Springer, 53–82.

Trültzsch-Wijnen, Sascha/Ballhausen, Thomas/Barberi, Alessandro (2016): Geschichte(n), Repräsentationen, Fiktionen: Medienarchive als Gedächtnis- und Erinnerungsorte: Eine Einleitung, in: Trültzsch-Wijnen, Sascha/Ballhausen, Thomas/Barberi, Alessandro (Hg.): Geschichte(n), Repräsentationen, Fiktionen: Medienarchive als Gedächtnis- und Erinnerungsorte, Köln: von Halem, 9–16.

Van Dijck, José (2007): Mediated Memories in the Digital Age, Stanford: Stanford University Press.

Wachsmann, Nikolaus (2016): KL. Die Geschichte der nationalsozialistischen Konzentrationslager, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Von Wrochem, Oliver (2017): Gegenwärtige Erinnerungskulturen in Deutschland und ihre Auswirkungen auf die Bildungsarbeit an KZ-Gedenkstätten, online unter: <http://lernen-aus-der-geschichte.de/Lernen-und-Lehren/content/10068> (letzter Zugriff: 20.09.2022).