

Mia Berg, Andrea Lorenz, Kristin Oswald

#History – Recherche nach Geschichtsaaccounts auf Instagram und TikTok

Abstract: Given the large amount of past-related content on Instagram and TikTok, it is difficult to oversee its quantity and diversity. As a first joint research task, the full-time and volunteer staff of SocialMediaHistory therefore together collected history-related accounts on both platforms. In this way, it was possible to compile a range of approaches, choose suitable accounts and create an insightful catalogue of questions for the creator interviews in this volume. This procedure also provided a low-threshold introduction to the joint research activities of the project.

1 Einführung

Die Zahl und Bandbreite an Accounts zu historischen Themen auf Instagram und TikTok ist kaum zu überblicken. Während es eine Vielzahl an Kanälen gibt, die sich Geschichte in ihrer Breite widmen, nehmen andere spezielle Epochen oder Themen in den Blick, etwa Militär- oder Frauengeschichte. Wieder andere setzen sich mit Geschichte nur einmalig oder punktuell auseinander, bspw. im Zuge von Gedenktagen¹, Museumsbesuchen² oder aktuellen gesellschaftspolitischen Debat-

1 Individuelle Nutzer*innen, aber auch kulturelle und politische Institutionen teilen bspw. anlässlich des Holocaust-Gedenktages am 27. Januar Posts im Rahmen der Social-Media-Kampagne #WeRemember; vgl. Deutscher Bundestag, Online-Dienste, Bundestag beteiligt sich an der Kampagne „#WeRemember“, 25.1.2022, www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2022/kw04-we-remember-876268

2 Zur Social-Media-Nutzung von Gedenkstättenbesucher*innen siehe Iris Groschek, KZ-Gedenkstätten und Social Media, in: Christian Holst (Hrsg.), Kultur in Interaktion. Co-Creation im Kultursektor, Wiesbaden 2020, S. 105–118. Wie Museumsbesucher*innen ihre Besuche auf Instagram dokumentieren, wurde analysiert von Bo-A Rhee et al., Analyzing the Museum Experience Through the Lens of Instagram Posts, in: Curator 64 (2021), S. 529–547. Neben allgemeinen Fotos von Muse-

Anmerkung: Dieses Unterkapitel ist Teil einer Gesamtstruktur zu den kollaborativen Forschungsaufgaben des Projekts SocialMediaHistory. In der Einführung ab S. 473 sind Informationen zu deren Genese, Umsetzung und methodischen Überlegungen zu finden. Detaillierte Informationen zu den einzelnen Forschungsaufgaben sind in den jeweiligen Unterkapiteln dargelegt. Im Gesamtfazit werden die Erkenntnisse zu Aussagen über Geschichtsdarstellungen auf Instagram und TikTok zusammengeführt.

ten³. Darüber hinaus dient die Verwendung historischer Bilder bzw. von Fotos historischer Orte mitunter rein ästhetisch-atmosphärischen Zwecken.

Aufgrund der schieren Menge an historischen Epochen, Ereignissen, Disziplinen und Themen ist es herausfordernd, einen Überblick über das Spektrum dezidiert Geschichtssaccounts auf den Plattformen zu erhalten. Dies gilt umso mehr, möchte man Inhalte in mehr als einer Sprache rezipieren. So wurde in den anfänglichen Diskussionen mit dem DabeiRat von SocialMediaHistory schnell deutlich, dass einige große und bekannte Accounts wie *@terraxhistory* oder *@heeyleonie* meist als erste Beispiele genannt werden. Hingegen laufen insbesondere kleinere Accounts, die sich der Wissensvermittlung widmen, oder solche zu historischen Randthemen bisweilen unter dem Radar. Neben Aufmerksamkeits-⁴ und Algorithmusfaktoren⁵ sind vor allem Einschränkungen auf Ebene der Suchfunktionen und Verschlagwortung ein möglicher Grund dafür.

Grundsätzlich können Social-Media-Nutzer*innen potenziell auf drei Wegen in Kontakt mit vergangenheitsbezogenen Auseinandersetzungen und Darstellungen kommen: (1) durch die algorithmischen, personalisierten Vorschlagsfeeds der Plattformen, (2) durch gezieltes Suchen und Abonnieren von Accounts oder die Suche nach Hashtags oder (3) durch Hinweise/Empfehlungen von Dritten. Ein historischer Account kann also häufig nur entdeckt werden, wenn er von den Algo-

umsbesuchen sind #MuseumDoppelgänger, also Kunstwerke, denen User*innen ähnlich sehen, ein beliebtes Instagram-Motiv; vgl. www.instagram.com/explore/tags/museumdoppelganger/

3 Siehe dazu in diesem Band bspw. die Beiträge von Ian Kisil Marino zur Dokumentation der Covid-19-Pandemie auf Instagram sowie von Kristin Oswald und Nikolai von Wenzel zu den Kommentaren zur Restitution von Museumsobjekten nach Namibia auf Instagram und TikTok.

4 So ist anzunehmen, dass spezielle historische Themen potenziell weniger Menschen interessieren als solche, die aus dem Geschichtsunterricht und der öffentlichen Geschichtskultur bekannt sind, bzw. dass es potenziell schwieriger ist, für spezifische Accounts ein ähnlich großes Publikum zu finden wie für allgemeine Geschichtssaccounts. Siehe dazu den Überblicksbeitrag zu den Forschungsaufgaben sowie die Interviews mit Creator*innen in diesem Band.

5 Diese Faktoren verändern sich auch in Abhängigkeit von gesamtpolitischen Entwicklungen. So limitierte Instagram seit Februar 2024 beispielsweise politische Inhalte, sodass diese nicht mehr automatisch in den Empfehlungsbereichen/FYP angezeigt wurden. Zwar konnten Nutzer*innen ihre Content-Präferenzen in den Einstellungen ändern, es ist jedoch davon auszugehen, dass auch Creator*innen aus dem Bereich der historisch-politischen Bildung von Reichweiteinschränkungen betroffen waren. Vgl. Sophia Papalamprou, Alles, was du über die Limitierung von politischen Inhalten auf Instagram wissen musst, in: Immer Up to Mate. Das Social Media Magazin der Agentur Intermate, 1.8.2024, www.intermate.de/magazine/alles-was-du-ueber-die-limitierung-von-politischen-inhalten-auf-instagram-wissen-musst. In Folge der Anpassung des meta Konzerns an die Positionen von US-Präsident Trump sollen unter Verweis auf den Schutz der „Free Speech“ wieder politische Inhalte angezeigt werden – auch von Nutzer*innen, denen man nicht folgt, vgl. Richard Lawler, Threads and Instagram are for politics now, says Adam Mosseri, in: The Verge, 8.1.2025, www.theverge.com/2025/1/8/24339385/instagram-threads-politics-moderation-adam-mosseri

rithmen – beispielsweise durch Nutzung von relevanten Schlagwörtern und Hash-tags in Post-Captions – als solcher identifiziert wird, den relevanten historischen Begriff im Accountnamen trägt⁶, in anderen Medien beworben wird⁷ oder allgemein bekannt ist.

Als erste gemeinsame Forschungsaufgabe der Projektbeteiligten von Social-MediaHistory sollten deshalb die Beispiellisten, die das hauptamtliche Team zu Projektbeginn erstellt hatte, zu einer Sammlung geschichtsbezogener Accounts erweitert und sich damit dem Spektrum angenähert werden. Mit der Recherche nach Accounts⁸ wurde dabei bewusst ein für den Einstieg niedrigschwelliges Thema gewählt, um in die gemeinsame Forschung hineinzufinden und das Vorgehen zu testen. Hier zeigte sich, wie hilfreich klare Anleitungen, Deadlines und Reminder sind und dass der Mehrwert der Aufgabe für die Bürgerwissenschaftler*innen klar erkennbar sein muss. In diesem Falle diente die Aufgabe nicht nur der Erprobung von Suchstrategien und der Kuratierung des eigenen Feeds, sondern auch der Ausgestaltung dieses Sammelbandes. Bei den ersten Planungen hierfür hatten das hauptamtliche Team und der DabeiRat beschlossen, Creator*innen und Accountinhaber*innen in Interviews zu Wort kommen und von ihren Erfahrungen, Motivationen und Herangehensweisen berichten zu lassen. Hierfür mussten gemeinsam eine möglichst diverse Liste potenzieller Interviewpartner*innen zusammengetragen, eine Auswahl getroffen und Interviewfragen erstellt werden.

2 Vorgehen

Um Geschichtsaaccounts zu finden, wurden verschiedene aktive und passive Ansätze getestet. Zu den aktiven zählten zum einen die Auseinandersetzung mit institutionellen Accounts, etwa von Museen, Gedenkstätten, historischen Forschungsprojekten, Hochschulen und Stiftungen, um über deren Follower*innen, von ihnen gefolgt Accounts und genutzten Hashtags im Schneeballprinzip auf andere, the-

6 Zur Funktionsweise siehe Adam Mosseri, So funktioniert die Suche auf Instagram, in: Instagram (blog), 25.8.2021, about.instagram.com/de-de/blog/announcements/break-down-how-instagram-search-works

7 So geschehen bspw. beim Instagram-Projekt *@ichbinsophiescholl* von SWR und BR, das am 4.5.2021 in der *Tagesschau* vorgestellt wurde. Auch Museen und Gedenkstätten, die vor Ort oder auf ihren Webseiten auf ihre Social-Media-Angebote verweisen, lassen sich in diesem Zuge nennen.

8 Die Fokussierung auf Accounts wurde im ersten Schritt vorgenommen, da diese relevant für die Auswahl der Interviewpartner*innen waren und leichter referenzierbare Einheiten darstellen als Einzelposts, die in den weiteren Forschungsaufgaben stärker in den Blick genommen wurden.

matisch relevante Kanäle zu stoßen. Auch durch eine gezielte Suche nach Begriffen und Hashtags konnten weitere relevante Accounts identifiziert werden.

Zudem ermöglichen die Vorschlagsalgorithmen von Instagram und TikTok eine passive Herangehensweise, bei der auf Basis individueller Interaktionen und Präferenzen ähnliche Inhalte vorgeschlagen werden.⁹ Die passive Methode bestand also darin, algorithmische Vorschläge zu „provozieren“, indem die Teilnehmenden auf den Plattformen aktiv Zeit verbrachten und mit historischen Beiträgen interagierten. Schließlich wurden auch Account-Empfehlungen aus dem privaten Umfeld aufgenommen.

Für die Auswahl potenzieller Interviewpartner*innen war die einzige Vorgabe, ausschließlich solche Accounts vorzuschlagen, die keinen Geschichtsrevisionismus befördern und sich nicht durch die Produktion von vergangenheitsbezogener Hate Speech auszeichnen. Die Inhalte sollten zudem möglichst sachlich korrekt sein, was aber u. a. bei Accounts aufgeweicht wurde, die eindeutig humoristisch sind und der Unterhaltungshistoriografie¹⁰ zugeordnet werden können.

3 Ergebnisse

Die Recherche erbrachte eine Vielzahl an Ergebnissen, die in einem kollaborativen Online-Dokument gesammelt wurden. Die entstandene Liste ist öffentlich zugänglich und kann mit weiteren Accounts und Beispielen ergänzt werden (Abb. 1).¹¹ Insbesondere eine stärkere internationale Ausrichtung wäre wünschenswert. Ähnliche Sammlungen existieren bereits für Instagram-Profile historischer Institute¹² sowie digitale Projekte mit dem Schwerpunkt Zeitgeschichte, unter denen auch eine

⁹ Für einen Einblick in die Empfehlungssysteme siehe Adam Mosseri, Instagram Ranking Explained, in: Instagram (blog), 31.5.2023, about.instagram.com/blog/announcements/instagram-ranking-explained sowie TikTok Hilfe-Center, Wie TikTok Inhalte empfiehlt, support.tiktok.com/de/using-tiktok/exploring-videos/how-tiktok-recommends-content

¹⁰ Berg und Lorenz unterscheiden in Anlehnung an Logge sechs Typen geschichtsbezogener Instagram-Formate: Alltagshistoriografie, Unterhaltungshistoriografie, Historisch-Politische Bildung, Wissenschaft, Geschichtsverzerrung und Öffentlichkeitsarbeit. Vgl. Mia Berg/Andrea Lorenz, #InstaHistory – Akteur:innen und Praktiken des Doing History in den sozialen Medien, in: Jürgen Büschenfeld et al. (Hrsg.), *Praktiken der Geschichtsschreibung. Vergleichende Perspektiven auf Forschungs- und Vermittlungsprozesse*, Bielefeld 2023, S. 69–88, hier: S. 86.

¹¹ Projekt SocialMediaHistory, Sammlung historischer Instagram- und TikTok-Accounts, docs.google.com/spreadsheets/d/169QTNLgy1rMjDEizk_nKquWvV8lloAinDDAY9QNGbtg/

¹² Yves Schwarze, Geschichtswissenschaftliche Instagramprofile an Hochschulen (DACH-Raum), docs.google.com/spreadsheets/d/1jr0NnZMWuorOCWwpPK5wTaDKdhsCJWcaz5db77ctpgU/

Reihe an Social-Media-Beispielen vertreten sind.¹³ Der Einfluss des persönlichen Interessenprofils der Teilnehmenden auf die Zusammenstellung der Accounts war evident. Dies stellt einen besonderen Mehrwert der kollaborativen Herangehensweise dar, da so nicht nur mehr, sondern vor allem vielfältige Kanäle Einzug in die Sammlung gefunden haben, die ein großes Spektrum historischer Themen und Disziplinen sowie Darstellungsweisen und Formate abdeckten. Sie reichen von Institutionen bis Privatpersonen, von Wissen(-schaft-)svermittlung bis Memes und decken auch spezielle Interessen ab, etwa lokale/regionale oder queere Geschichte, Reenactment und Familienforschung, Inhalte zum schulischen Geschichtsunterricht, historische Karten und Fotografien, Reise-, Spiel- oder Sportgeschichte.

Nach Zusammenstellung der Liste hatten in einer zweiten Phase alle Beteiligten die Möglichkeit, über die Accounts abzustimmen, die für ein Interview angefragt werden sollten. Sie konnten dabei denjenigen eine Stimme geben, die sie für besonders kreativ, hochwertig, überraschend, witzig oder anderweitig hervorhebenswert hielten. Das Voting erfolgte anonym, sodass kein Unterschied zwischen den Stimmen der hauptamtlichen und ehrenamtlichen Projektmitglieder gemacht wurde.

Darüber hinaus haben alle Beteiligten Fragen für den standardisierten Fragenkatalog der Interviews formuliert, die im Rahmen eines gemeinsamen Meetings diskutiert und zusammengeführt wurden. Die Vorschläge des DabeiRats zeugten von einer tiefergehenden Auseinandersetzung mit den Zielen der Interviews und den einzelnen Accounts sowie von einem durchdachten Blick auf die Produktion und Verbreitung von geschichtsbezogenem Content in den sozialen Medien. Die finalen Fragen wurden gemeinsam erarbeitet und berühren verschiedene Aspekte, wie bspw. die Methoden der Content-Erstellung, die Auswahl der dargestellten historischen Ereignisse/Themen, die Einbeziehung von Quellen und die Interaktion mit anderen Nutzer*innen. Diese Fragestellungen eröffnen Möglichkeiten zur vertieften Auseinandersetzung mit den Accounts und geben einen Einblick in die Produktion von Geschichtsdarstellungen und deren Rahmenbedingungen auf Instagram und TikTok. Während des Meetings wurden auch die Kriterien für die Auswahl der Accounts festgelegt, die auf die Diversität der Inhalte, deren geografische Verbreitung und Akteur*innen abzielten sowie auf eine Bandbreite in den Herangehensweisen, Formaten und der Reichweite der Accounts. Dies ermöglichte es, unterschiedliche Kontexte und Formen der Produktion von Geschichtsdarstellungen zu präsentieren. Anhand der Anzahl an Stimmen für die einzelnen Accounts

13 Steffen Jost, Sammlung von digitalen Projekten mit Schwerpunkt auf Zeitgeschichte, docs.google.com/spreadsheets/d/1Y6G06VwNlOGczOBtDGbJLv7KqebWz5jSpT7j6bvDY/

	A	B	C	D	E
	Namen/Handle	Beschreibung	Link	Sprache(n)	Einstellung/ Kategorie
3	history_alice	Account einer britischen Historikerin, die v.a. an historischen Stellen Videos erstellt und erlärnt, was dort früher einmal passiert ist. Zum Beispiel zeigt sie in einem Video, warum die Plakate auf Londoner Straßen eigentlich aussehen wie französische Kanonen.	https://www.instagram.com/history_alice/	Englisch	Wissenschaftskommunikation/ Historiener
4					
5	questofvhistory	Projekt, dass Fotos und kurze Biographien von queeren Personen der Geschichte postet.	https://www.instagram.com/questofvhistory/?hl=de	Englisch	Projekt
6	her_maler_macht_geschichte	Pinterest-beachtbarer Account eines Geschichtsbüchlers, postet zu unterschiedlichen Themen und digitalen Mitteln im Geschichtsbüchertum. Relevant z.B. Tools und Bücher oder erstellt Unterrichtsmaterialien.	https://www.instagram.com/her_maler_macht_geschichte/	Deutsch	Wissenschaftskommunikation/ Historiener
7	glorcaspari	Die Schweizer Archäologin Gino Caspari postet über die eigene Arbeit, aber auch neue Erkenntnisse, Forschungsmethoden usw.	https://www.instagram.com/glorcaspari/?hl=de	Englisch	Wissenschaftskommunikation/ Historiener
8	ancient_african_history	Account über präkoloniale afrikanische Geschichten mit Quellen und Forschungsergebnissen.	https://www.instagram.com/ancient_african_history/	Englisch	Wissenschaftskommunikation/ Historiener
9	the_dutch_historian	Niederländer, postet insbesondere Fotos zu 1. und 2. WK, teilt aber auch mit Renaissance, Postkarten mit Vermerken usw. Bezeichnet sich selbst als "Storyteller".	https://www.instagram.com/the_dutch_historian/	Englisch	Quellenammlung/ Reporter
10	haubgaurde	Ausländischer Projekt Fokus auf Präsentation von Geschichten, die nicht Teil des klassischen Geschichts-Kanons sind (neue Perspektiven).	https://www.instagram.com/haubgaurde/?hl=de	Deutsch	Wissenschaftskommunikation/ Historiener, Projekt
11	erlarchiv	Account des Archivs posten Quellen, sowie deren Einordnung und allgemeine historisch-große Bildarbeit.	https://www.instagram.com/erlarchiv/?hl=de	Deutsch	Institution/ Museum, Wissenschaftskommunikation/ Historiener
12	mittelalter_digital	Projekt Mittelalter Digital, posten Beiträge zu Medialität, etwa über Bücher, Museen, Artikel, Zeitschriften, Gebäude etc.	https://www.instagram.com/mittelalter_digital/?hl=de	Deutsch	Projekt
13	neuegeschichte.memorial	Konzentrationslager Neuenegamme, Vorrat im deutschsprachigen Raum, posten Einblicke in die eigene Arbeit, aber auch Info-	https://www.instagram.com/neuegeschichte.memorial/	Deutsch, Englisch	Institution/ Museum

Abb. 1: Übersicht über die Sammlung historischer Instagram- und TikTok-Accounts, Projekt SocialMediaHistory.

sowie in Hinblick auf eine möglichst große Vielfalt an Themen wurde eine finale Liste mit Erst- und Zweitplatzierungen festgelegt. Alle ausgewählten Accounts wurden entsprechend der Platzierung angefragt, jedoch wurde nicht jede Anfrage (positiv) beantwortet. Um dennoch eine inhaltlich und formell breit gefächerte Anzahl sicherzustellen, wurden weitere Interviewpartner*innen aus Zeitgründen vom hauptamtlichen Team ausgewählt.

Im Band sind nun insgesamt 19 Interviews vertreten, die einen Einblick in die Praktiken geschichtsbezogener Content-Produktion für Instagram und TikTok geben. Dass bei der Auswahl nicht nur die Perspektive der Geschichtswissenschaft bzw. Public History, sondern auch die privater Nutzender beider Plattformen eingeflossen ist, hat nicht nur die Suche und Diskussion, sondern auch die entstandenen Interviews sehr bereichert.

Literaturverzeichnis

- Berg, Mia/Lorenz, Andrea: #InstaHistory – Akteur:innen und Praktiken des Doing History in den sozialen Medien, in: Büschenfeld, Jürgen/Böddeker, Marina/Moltmann, Rebecca (Hrsg.): Praktiken der Geschichtsschreibung. Vergleichende Perspektiven auf Forschungs- und Vermittlungsprozesse, Bielefeld 2023, S. 69–88.
- Deutscher Bundestag, Online-Dienste: Bundestag beteiligt sich an der Kampagne „#WeRemember“, in: Texte (2017–2024), 25.1.2022, www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2022/kw04-we-remember-876268 (22.10.2024).
- Groschek, Iris: KZ-Gedenkstätten und Social Media, in: Holst, Christian (Hrsg.): Kultur in Interaktion. Co-Creation im Kultursektor, Wiesbaden 2020, S. 105–118.
- Lawler, Richard: Threads and Instagram are for politics now, says Adam Mosseri, in: The Verge, 8.1.2025, www.theverge.com/2025/1/8/24339385/instagram-threads-politics-moderation-adam-mosseri (2.4.2025).
- Mosseri, Adam: So funktioniert die Suche auf Instagram, in: Instagram (blog), 25.8.2021, about.instagram.com/de-de/blog/announcements/break-down-how-instagram-search-works (21.10.2024).
- Mosseri, Adam: Instagram Ranking Explained, in: Instagram (blog), 31.5.2023, about.instagram.com/blog/announcements/instagram-ranking-explained (21.10.2024).
- Papalamprou, Sophia: Alles, was du über die Limitierung von politischen Inhalten auf Instagram wissen musst, in: Immer Up to Mate. Das Social Media Magazin der Agentur Intermate, 1.8.2024, www.intermate.de/magazine/alles-was-du-ueber-die-limitierung-von-politischen-inhalten-auf-instagram-wissen-musst (21.10.2024).
- Projekt SocialMediaHistory: Sammlung historischer Instagram- und TikTok-Accounts, docs.google.com/spreadsheets/d/169QTNLgy1rMjDEizk_nKquWvV8IIoAinDDAY9QNGbgt/edit?usp=sharing (21.10.2024).
- Rhee, Bo-A/Pianzola, Federico/Choi, Gang-Ta: Analyzing the Museum Experience Through the Lens of Instagram Posts, in: Curator 64 (2021), S. 529–547, doi.org/10.1111/cura.12414 (22.10.2024).

Schwarze, Yves: Geschichtswissenschaftliche Instagramprofile an Hochschulen (DACH-Raum), docs.google.com/spreadsheets/d/1jr0NnZMWuorOCWwpPK5wTaDKdhsCJWcaz5db77ctpgU/edit?gid=0#gid=0 (21.10.2024).

Jost, Steffen: Sammlung von digitalen Projekten mit Schwerpunkt auf Zeitgeschichte, docs.google.com/spreadsheets/d/1Y6G06VwNlLoGczOBItDGbjLv7KqebWz5jSpT7j6bvDY/edit?gid=0#gid=0 (21.10.2024).

TikTok Hilfe-Center: Wie TikTok Inhalte empfiehlt, support.tiktok.com/de/using-tiktok/exploring-videos/how-tiktok-recommends-content (21.10.2024).

@ichbinsophiescholl: www.instagram.com/ichbinsophiescholl/ (21.10.2024).