

Susanne Siegert

Holocaust Education auf TikTok – @keine.erinnerungskultur

Basisinfos zum Kanal:

- 🔍 @keine.erinnerungskultur (TikTok und Instagram)
- 👤 Susanne Siegert (Deutschland)
- 📅 November 2022 (TikTok) Februar 2024 (Instagram)
- 👤 TikTok: 198.200 (September 2024)
Instagram: 105.000 (September 2024)
- 📅 jeden dritten Tag (ca. zwei- bis dreimal pro Woche)
- 📖 Buch „Gedenken neu denken. Wie sich unser Erinnern an den Holocaust verändern muss“
Instagram (@kz.aussenlager.muehldorf *inaktiv*)
Podcast (Zeitzeug:nisse *inaktiv*)



Was ist Ihr beruflicher Hintergrund und in welchem Bereich sind Sie hauptberuflich tätig?

Ich arbeite hauptberuflich in einer Leipziger Online-Marketing-Agentur im Bereich Performance Marketing. Dort setze ich für Kund*innenprojekte Social-Media-Anzeigen um, z. B. auf TikTok, LinkedIn oder den Plattformen von Meta. Dazu gehört die Strategieausarbeitung für bezahlte Maßnahmen und die Konzeption von Werbemitteln.

Warum haben Sie sich Geschichte als Thema für einen eigenen Account ausgesucht?

Ich habe keinen historischen Background im Sinne einer Ausbildung oder eines Studiums und würde generell sagen, dass ich ein sehr isoliertes Geschichtsinteresse am Thema NS-Verfolgung habe. Darüber hinaus erstelle und konsumiere ich kaum Geschichtsinhalte zu anderen Themen. Dadurch, dass es in der Nähe des Ortes, wo ich geboren und aufgewachsen bin (Landkreis Altötting), ein ehemaliges Außenlager von Dachau gibt, das KZ-Außenlager Mühldorfer Hart, das aber in die lokale Bildungsarbeit wenig eingebunden ist, habe ich angefangen, mich mehr mit diesem Außenlager zu beschäftigen. Ich habe gemerkt, dass dieser Teil der Geschichte mich besonders berührt, weil darin Orte/Ortsnamen vorkommen, die mir aus meinem eigenen Aufwachsen bekannt sind.

Warum haben Sie sich für Instagram und TikTok als Plattformen entschieden?

Ich habe mit Instagram begonnen, weil ich zu dem Zeitpunkt noch einen Foto-Schwerpunkt hatte (statt Video) und dachte, dass ich damit in der Region Mühldorf die meisten Menschen meiner Zielgruppe (ca. 30 bis 50 Jahre alt) erreichen kann. TikTok kam dann eher als Experiment dazu. Wenn ich noch mal „von vorne“ anfangen würde, würde ich allerdings TikTok schon viel früher aktiv als Plattform bespielen: Dort ist das perfekte Umfeld, um organisch hohe Reichweiten zu generieren (gerade im Vergleich zu Instagram), außerdem erreicht man perfekt die etwas jüngere Zielgruppe. Ich sehe in meiner Accountstatistik, dass 50 % der Menschen, die ich bei TikTok erreiche, unter 24 Jahre alt sind! Bei Instagram sind das gerade mal 25 %.

Was ist die Intention Ihrer Accounts? Was und wen möchten Sie damit erreichen?

Ich möchte natürlich über Geschichten der NS-Verfolgung berichten, aus meinem Blickwinkel, der sich vielleicht oft von dem eines*einer Historiker*in unterscheidet. Mein Schwerpunkt ist das Herausarbeiten von Geschichten durch historische Dokumente – damit möchte ich die Nutzer *innen auch dazu motivieren, selbst zu recherchieren, welche Orte der Zwangsarbeit oder KZ-Außenlager es in ihrer Nähe gab. Damit möchte ich grundsätzlich jede Person erreichen. Ich glaube, der Zugang

über Dokumente ist auch für viele Menschen interessant, die bisher noch kein Interesse an dem Thema hatten.

Haben sich die Ziele und Inhalte Ihrer Accounts mit der Zeit verändert?

Ich merke, dass ich selbstbewusster meine Inhalte gestalte und mich auch traue, manche „schärferen“ Formulierungen zu verwenden, weil ich das Gefühl habe, die Follower*innen kennen mich mittlerweile und können Dinge vielleicht besser einordnen als noch im ersten Video. Mein Anspruch an die Videos hat sich auch mit wachsender Reichweite dahingehend verändert, dass ich mehr – auch unbekanntere – Opfergruppen abbilden möchte, weil ich es als meine Verantwortung sehe, vollumfänglich(er) zu informieren. Außerdem poste ich mit Sicherheit öfter, weil ich gemerkt habe, dass ich mit dieser Veröffentlichungsfrequenz mehr Menschen erreichen kann. Dadurch hat sich auch die Reihe „Rechte Symbole“ etabliert, in der ich rechte und rechtsextreme Symbole aufgreife und erkläre, und ich würde nicht ausschließen, dass noch weitere Reihen folgen, weil diese von den Nutzer*innen stark nachgefragt wird.

Wie entscheiden Sie, welche Themen Sie aufgreifen und welche nicht?

Eigentlich gilt für meine Posts immer: Ich greife nur auf, was ich selbst so spannend finde, dass ich es meinen Freund*innen oder meinem Partner erzählen würde. Und auch in einer ähnlich heruntergebrochenen Art und Weise. Grundsätzlich gibt es keinen Aspekt aus der NS-Thematik, den ich komplett ausschließen würde – auch die Geschichten der Täter*innen zu erzählen, interessiert mich. Allerdings sind es schon vor allem Geschichten der Opfer bzw. Geschichten, die die Opfergruppen in den Mittelpunkt rücken.

Wie ist Ihr Vorgehen bei der Recherche und Erstellung von Content? Wie lange dauert das ungefähr für einen Post?

Das ist unterschiedlich, aber ich würde sagen: Für Recherche, Skripten, Filmen, Schnitt und Veröffentlichung ca. eineinhalb Stunden im Durchschnitt. Ich habe ein Trello-Board für meine Social-Media-Posts und sammle dort erst mal Themenideen in Form einer Karte. Wenn es sich für mich anbietet, arbeite ich das Thema

aus, sammle alle wichtigen und spannenden Punkte (und z. B. Dokumente, Bildmaterial etc.) dazu, verfasse ein Skript daraus und lese mir das laut vor, um zu sehen, wie lange das Video dauern würde. Mein Video-Setup findet meistens an derselben Stelle statt (gute Licht-Situation), ich stelle mein Smartphone gegen einen festen Gegenstand als Stativ-Ersatz, nehme den Ton über ein externes Mikrofon an meinem Laptop auf. Wenn ich mit dem Take zufrieden bin, lade ich das Rohmaterial auf meinen Laptop und schneide dort mit dem Programm „CapCut“ das Material zu einem Clip zusammen (mit Untertitel, Bild- und Video-Overlay etc.). Musik und ggf. Videotitel füge ich erst beim Posten in TikTok/Instagram selbst dazu.

Was ist Ihnen bei der Erstellung der Posts besonders wichtig? Achten Sie auf Wissenschaftlichkeit?

Ich achte definitiv auf Wissenschaftlichkeit dahingehend, dass ich nur Themen oder Dokumente vorstelle, bei deren Einordnung ich mir 100 %-ig sicher bin und die ich durch verschiedene Quellen belegen kann. Zudem mache ich meinen Arbeitsprozess dahingehend transparent, dass die Nutzer*innen meine Recherchen immer begleiten und so auch die Quellen zumindest oberflächlich nachvollziehen können (Abb. 1 und 2). Ein Beispiel ist Video zu Gewalt an Kindern im Deutschen Reich.¹ Nutzer*innen können direkt nachvollziehen, dass ich über eine Eingabe des Ortes „Burgkirchen“ in der Suchleiste des Online-Archivs der Arolsen Archives zu den Dokumenten gekommen bin, die ich zeige. Außerdem platziere ich Hinweise wie „Quelle: Gerhard Höpp“ oder „Quelle: verfassungsschutz.de“ in meinen Videos. Näher gehe ich auf Quellen nicht direkt ein, da z. B. eine Verlinkung der gesamten URL visuell umständlich und für die Zuschauer*innen nicht nutzungsfreundlich wäre. Allerdings habe ich schon mehrmals ausführliche Quellen auf Nachfrage in Kommentaren unter den Videos oder in Privatnachrichten beantwortet. Meine Sprache und Aufbereitung der Themen könnte man aber als „nur bedingt wissenschaftlich“ beschreiben, da ich auch „Slang“-Begriffe verwende, popkulturelle Referenzen und auch meine subjektive Meinung in die Videos einbringe.

¹ @keine.erinnerungskultur, TikTok-Video, 26.3.2023, <https://www.tiktok.com/@keine.erinnerungskultur/video/7214900900912057626>

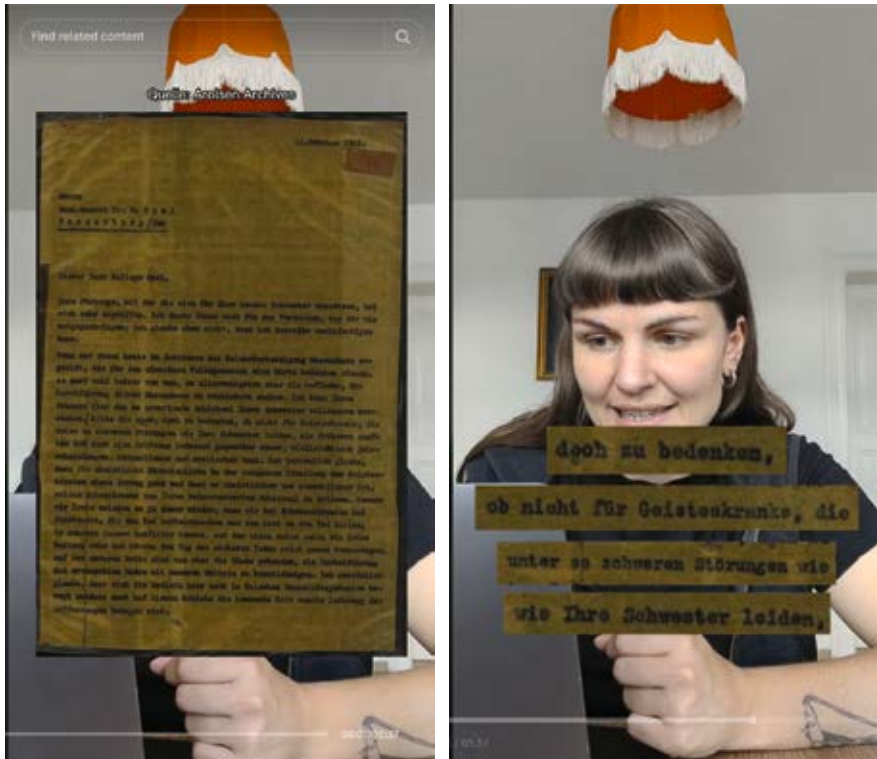


Abb. 1 und 2: Quellenhinweis in einem TikTok-Video zum Thema „Ermordung von Menschen mit Behinderung während der NS-Zeit“.²

Inwiefern unterscheiden sich Ihre Inhalte von akademischen Geschichtsdarstellungen in Büchern, Zeitschriften oder auch digital?

Der größte Unterschied ist sicherlich, dass meine Darstellungen sehr subjektiv sind. Das beginnt schon bei der Themenauswahl: Ich entscheide mich bewusst dazu, ein Thema herauszugreifen, weil es mir wichtig ist (z. B.: weibliche Häftlinge) und lasse dadurch ggf. andere Bereiche weg. Ich bringe – teils vordergründig, teils hintergründig – auch immer meine eigene Meinung in die Videos mit ein und

² @keine.erinnerungskultur; TikTok-Video, 16.6.2023, www.tiktok.com/@keine.erinnerungskultur/video/7245317913467440410, Caption: Ob die Schwester von Hans Opel auch ermordet wurde, konnte ich leider nicht herausfinden. #keinvergessen

habe gar nicht den Wunsch bzw. Anspruch, objektiv zu informieren. Außerdem ist ein großer Unterschied und VORTEIL von Geschichtsdarstellungen im Social-Media-Bereich die Interaktivität, dass ich unmittelbar auf Kommentare und ggf. Nachfragen reagieren und auch weitere Beiträge nach den Wünschen der Community gestalten kann.

Haben Sie schon einmal ein Thema nicht umgesetzt aus Angst vor den Reaktionen oder wegen der Beschränkungen der Plattform?

Nein. Ich habe zwar schon manchmal das (Bauch-)Gefühl, dass TikTok Themen in der Reichweite beschneidet, wenn Wörter wie „Polizei“, „Hakenkreuz“ oder „Rassismus“ vorkommen, allerdings ist das nur ein Bauchgefühl, begründet durch folgende „Beobachtung“:

Video A (**ohne** potenzielles Trigger-Wort/Thema wie Polizei): Die Reichweite steigt stetig im gleichen Verhältnis wie die Interaktionen (Likes, Kommentare, Geteilt). Video B (**mit** potenziellem Trigger-Wort/Thema wie Polizei): Die Reichweite stagniert, obwohl Interaktionen und Interaktionsrate besser und höher als bei Video A sind. Meine Folgerung: Video B wird weniger ausgespielt, weil TikTok das Thema als kritisch einordnet und beschneidet. Ein Beispiel für diese Annahme ist folgendes Video über Holocaust-Relativierung: www.tiktok.com/@keine.erinne-rungskultur/video/7213007047489572123.

Wie sind die Rückmeldungen durch die Community? Wie viel Aufwand stecken Sie in das Community Management?

Grundsätzlich lassen sich die Rückmeldungen in drei Kategorien einteilen: 1. interessierte Nachfragen – kommen definitiv häufiger vor, aber von den drei Kategorien am wenigsten; 2. Bestärkung und Lob/konstruktives Feedback, auch Kritik; 3. „Trolls“.

Je nach Thema halten sich Kategorie 2 und 3 sehr die Waage. Vor allem bei meiner Reihe „Rechte Symbole“ ist Kategorie 3 sehr häufig vertreten, mit Menschen, die diese Symbole bewusst verwenden. Allerdings bin ich mittlerweile dazu übergegangen, diese Kommentare zu löschen, die Nutzer *innen zu blockieren und damit aus meinem Kanal „auszusperren“. Sie haben kein Bedürfnis, eine konstruktive Debatte zu führen, kommentieren oft mein Aussehen, Aussprache oder relativieren die NS-Verfolgung/rechte Gewalt, indem sie auf angeblichen „Linksextremismus“ hinweisen oder z. B. auf Kriegsverbrechen der Alliierten. Da der Account

auch mein „Safe Space“ ist und einer sein soll für Menschen, die sich ehrlich für das Thema NS-Verfolgung interessieren, möchte ich nicht, dass den „Trolls“ weiterhin meine Inhalte angezeigt werden.

Entsprechend aufwendig ist aber natürlich das Community Management. Im Durchschnitt verbringe ich sicherlich eine Stunde pro Tag damit, Kommentare zu sichten und zu filtern (und ggf. zu melden). Ich habe auch einen Ordner auf meinem Telefon, wo ich die problematischen Kommentare screenshote und dokumentiere, bevor ich sie lösche.

Welche Entwicklungs- und Verbesserungsmöglichkeiten sehen Sie für sich und Ihre Inhalte? Und welche für Geschichtsinhalte allgemein auf Instagram und TikTok?

Ich könnte mein Setup sicherlich noch professionalisieren, hinsichtlich Kamera, Ton und Video-Hintergrund. Allerdings denke ich, dass das Setup in seiner „Amateurhaftigkeit“ auch einen Reiz meiner Videos ausmacht. Ich kommuniziere sehr auf Augenhöhe mit den Nutzer*innen, bin keine „Besserwisserin“, sondern nehme sie mit auf meine Recherchen – deren Ausgangspunkt oft auch ist, dass ich noch nichts/nicht viel zu den Themen wusste. Wahrscheinlich könnte ich noch mehr Themen aufgreifen, die in den Kommentaren von Nutzer*innen erfragt werden, allerdings bleibe ich mir dahingehend treu, dass ich nur Videos zu Dingen mache, die mich wirklich interessieren/faszinieren/berühren und zu denen ich tiefgehend genug recherchieren kann.

Geschichtsinhalte auf Instagram bzw. TikTok sollten noch niedrigschwelliger werden und weggehen von dem Aufbau „Person steht vor Kamera und liest Skript vor“. Das ist auch etwas, das ich optimieren möchte. Best Practices sind in meinen Augen dafür z. B. die Accounts von Chris Dashforth (www.tiktok.com/@chris_dashforth) und Hank Green (www.tiktok.com/@hankgreen1).

Diese Creator schaffen es, extrem viele Informationen rüberzubringen, aber weniger steif und dadurch noch mehr auf Augenhöhe. Außerdem fügen sich die Videos noch besser in unsere Sehgewohnheit bei TikTok ein (Person filmt sich mit Frontkamera und spricht einfach drauf los).

