

BILD (AUSCHWITZ): SCALA FL LORENZ, © PRO LITTERIS

Picasso in Basel
Diana Widmaier Picasso über das Frühwerk ihres Grossvaters **58**

Schweizer Film
Ivo Kummer sagt, dass Quantität Qualität schafft **63**

Instagram aus der Hölle

Unter #Auschwitz gibt es auf Social Media Abertausende Bilder aus dem ehemaligen KZ. Auch die Gedenkstätte selbst pflegt einen Account. Ist das nicht geschmacklos?

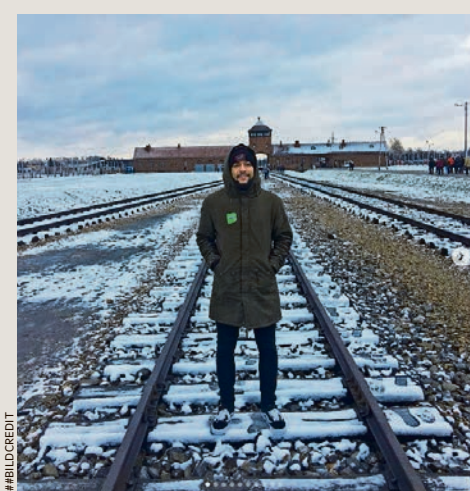
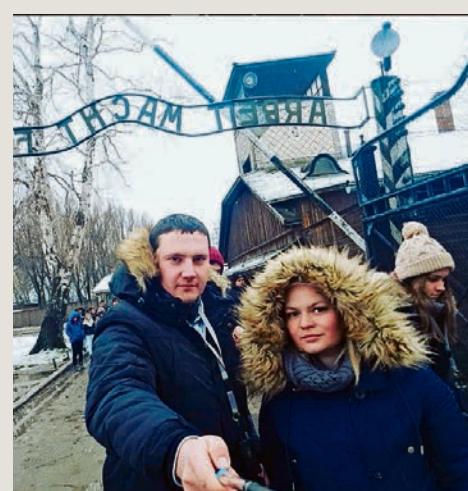
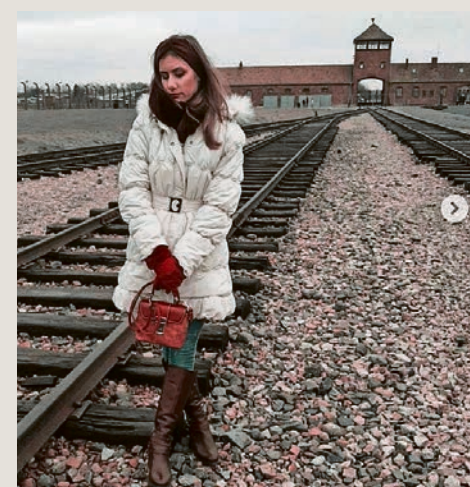
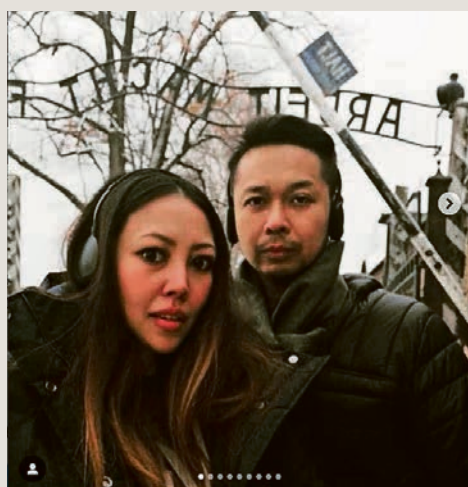
Von Yaël Debele

Die Bilder zeigen verrostete Latrinenlöcher, Stacheldraht im Morgengrauen, leere Giftgasdosen. Ein roter Schuh zwischen Tausenden braunen Schuhen. Ein düsterer kleiner Raum, in dem sich die Frauen ausziehen mussten, bevor sie draussen erschossen wurden. Auschwitz auf Instagram. Eine unermessliche Flut an Bildern und kein Guide, der einen durch das Inferno führt. Instagram, das ist der Ort der Schönen und Reichen, der Influencerinnen und It-Girls, die lasziv in die Handykamera blicken und genau wissen, welches Licht ihrem Décolleté schmeichelt: Königinnen der Scheinwelt.

Seit sechs Jahren zeigt sich hier auch ein Ort des Grauens. Wo Menschen an die Wand gestellt und erschossen wurden, wo es ständig nach verbranntem Fleisch stank, weil in den Krematorien die Leichen von vergasten Menschen verbrannt wurden. Das Museum des Konzentrationslagers Auschwitz hat auf seinem offiziellen Account @auschwitzmemorial über 1000 Bilder auf Instagram gepostet.

Dutzende Male das Tor mit dem «Arbeit macht frei»-Schild, im Schnee und bei Sonnenschein. Die Rampe mit den Bahngeleisen, wo Menschen selektiert wurden, bevor man sie schor und vergaste. Die Bilder folgen der Instagram-Ästhetik. Retro-Filter tauchen das KZ in düster-melancholisches Licht. Die Filter patinieren die Hölle, dramatisieren die Wolken über den Backsteinbaracken.

45 000 Menschen tun sich das an. Sie folgen Auschwitz auf Instagram. Wenn sie ihre App öffnen und auch Stars folgen, sehen sie zuerst It-Girl Kylie Jenner, die



sich auf dem Rücksitz einer Limousine reckt - und dann die Foto eines 14-jährigen Mädchens, das @auschwitzmemorial gepostet hat. Das Bild ist schwarz-weiss, schwarz-weiss gestreift ist auch der Häftlingsanzug. Das kahlrasierte Mädchen wirkt schüchtern und zerbrechlich, es schaut himmelwärts. Es wurde am 18. Februar 1943 ermordet, mit einer tödlichen Phenolspritze ins Herz, wie die Bildlegende erzählt. Das nächste Bild zeigt Heidi Klum mit roten Stöckelschuhen.

Was hat Auschwitz auf einer für Oberflächlichkeit berüchtigten Plattform zu suchen? Manche Posts sind an Absurdität kaum zu überbieten. Was haben die Hashtags #hipster #feelgood #style unter den Bildern der Baracken verloren? #Chillin in Dachau tagt ein junger Thai sein Bild aus dem KZ Dachau. «Wenn das die Juden wüssten:P», schreibt eine Userin unter ein Selfie im KZ Buchenwald. «Die leben nicht mehr:p» antwortet ein Follower.

Bis heute Sonntag 27. Januar, dem internationalen Tag des Gedenkens an die Opfer des Holocaust, wurden über 300 000 Instagram-Bilder mit dem Hashtag #Auschwitz markiert. Es sind Bilder von Besuchern des ehemaligen KZ, die ihre Eindrücke mit ihrer Community teilen wollen. Ein Wildwuchs. Da es sich um private Fotos handelt, darf jeder grundsätzlich posten, was er will - solange er keine Strafnormen verletzt. Das offizielle Auschwitz-Museum kann sie nur beschränkt kontrollieren. Es schaut sich die Bilder an, zeigt die eindrücklichsten auf seinem eigenen Account und meldet rassistische Inhalte an Instagram.

Vor dem ikonischen Tor lassen sich Hunderte fotografieren, mit ernstem Gesicht. Nur wenige lächeln oder machen Selfies. «Princess Breanna» hat es getan. Ihr herzhaft lachendes Selfie in Auschwitz hat einen welt-

Auschwitz' Social-Media-Chef Pawel Sawicki verteidigt das Bedürfnis zu fotografieren: «Die Instagram-User sind Bot-schafter der Geschichte von Auschwitz.»

Fortsetzung Seite 68



FOTOS: INSTAGRAM AUSCHWITZ MEMORIAL



Wer fotografiert, macht die Realität realer, indem er beweist, dass sie existiert. Dennoch geben auch die Bilder des offiziellen Auschwitz-Accounts viel zu reden.

Instagram aus ...

Fortsetzung von Seite 57

weiten Shitstorm ausgelöst. Die Amerikanerin erhielt Todesdrohungen. Drei polnische Mädchen posteten gar ein Bild mit Hitlergruss vor der Rampe. Ob aus Dummheit oder Menschenverachtung ist nicht bekannt. Die polnische Staatsanwaltschaft nahm Ermittlungen gegen das Trio auf.

Menschen haben das Bedürfnis, ihre Erfahrungen festzuhalten. «So sind wir, es ist zutiefst menschlich», sagt Pawel Sawicki, Social-Media-Verantwortlicher von Auschwitz. Dokumentieren und teilen hilft beim Verarbeiten. Früher waren es Postkarten, die Reisende erwarben und heimschickten. Ein polnischer Künstler hat 2015 ein Buch herausgegeben mit Postkarten aus Auschwitz, die älteste stammt von 1946. «Everything's great. The only thing missing are you and the Sun!» steht da auf einer Postkarte. Heute posten wir unsere Reisen auf Facebook und Instagram. Auch die Reise nach Auschwitz. Über zwei Millionen Touristen besuchen jährlich das KZ in Polen.

Wer fotografiert, macht die Realität realer, indem er beweist, dass sie existiert, indem er ein Abbild von ihr einfängt und sie verewigt. Ein Selfie kann ein Statement sein, man gedenkt der Opfer mit der eigenen Präsenz am Ort des Geschehens.

Aber wenn wir fotografieren, entziehen wir uns auch der Realität. Sie wirkt nicht mehr unmittelbar auf uns, sondern durch die Linse, den Bildschirm. Mit einer Kamera bewaffnet, achten wir auf Ästhetik. Und das schützt uns vor der Wucht der Realität. Die Handykamera ist unser achter Sinn geworden, mit ihr eignen wir uns die Welt aktiv an. Im April 1945 fotografierte der Brite George Rodger Berge Leichen im KZ Bergen-Belsen. «Der natürliche Instinkt als Fotograf ist es immer, gute Bilder zu machen - mit der richtigen Belichtung und einer guten Komposition. Es hat mich schockiert, dass ich immer noch versucht habe, dies zu tun, als meine Subjekte Leichen waren.»

Fotografieren ist erlaubt in Auschwitz. Einzig im Keller von Block 11, wo die ersten experimentellen Vergasungen stattfanden, in den Krematorien und im Raum mit den abrasierten Haaren der Opfer ist es nicht gestattet.

User sind Botschafter

Social-Media-Chef Pawel Sawicki verteidigt das Bedürfnis zu fotografieren. «Die Menschen wollen ihre Emotionen teilen, ihre Bilder, Gedanken, ihre Fragen.» Er sieht die Instagram-User als Botschafter für die Geschichte von Auschwitz. «Bevor wir unsere Social-Media-Präsenz lancierten, hatten wir grosse Bedenken, dachten wir würden von billigen Witzen und Hasskommentaren überflutet. Aber wie waren überrascht, wie wenige

es waren.» Sawicki ist selbst Fotograf und wählt persönlich aus, welche User-Bilder er auf dem offiziellen Instagram-Account postet. Den Bildern fügt er Erklärungen bei, erzählt Geschichten über die Motive. Er ist der Kurator, nur ist seine Ausstellung kein Museum, sondern eine virtuelle Plattform.

Jahrzehntelang war die Holocaust-Erinnerung hochgradig kanonisiert. Intellektuelle, Museumspädagogen und Lehrer dozierten über die Judenverfolgung, klärten auf, mit erzieherischem Auftrag. Holocaust-Erinnerung funktionierte von oben nach unten, von Experten zu Laien. Staatlich finanzierte Institutionen entschieden, wie der Judenvernichtung gedacht wird - meistens textlastig und intellektuell.

Auschwitz für Digital Natives

Social Media hat den Umgang mit dem Holocaust demokratisiert. Auf Instagram und Facebook schreiben User über ihre Gefühle so, wie ihnen der Schnabel gewachsen ist, digitale Alltagssprache, Emoticons, Rechtschreibfehler. Auf Englisch, Japanisch, Russisch. «My heart hurts», schreibt ein User, «Ruht in Frieden kleinen und grossen. Im Himmel herrscht keine Gewalt kein Schmerz», ein anderer. «Daaamn very sad».

Manche schreiben halbe Romane, erzählen von Familienmitgliedern, die in Auschwitz ums Leben kamen, sinnieren über Gewalt und Menschlichkeit, rufen zu Liebe und Toleranz auf. Es entstehen kleine virtuelle Gespräche zwischen Menschen, die am anderen Ende der Welt wohnen und deren einzige Gemeinsamkeit es ist, dass sie soeben auf Instagram dasselbe Bild über Auschwitz gesehen haben.

Bald werden die letzten Auschwitz-Überlebenden sterben. Und auch ihre Nachfahren sind im Pensionsalter. Um die Erinnerung an das grausame Kapitel wachzuhalten, muss der Holocaust immer wieder neu erzählt werden, mit neuen Medien, für künftige Generationen. Wenn Auschwitz auch für Digital Natives Teil des kollektiven Gedächtnisses bleiben soll, muss es in deren Sprache übersetzt werden. Die Auschwitzgedenkstätte geht diesen Weg konsequent, indem sie den Besuchern erlaubt zu fotografieren und indem sie einen Instagram-Account pflegt. Die sozialen Netzwerke sind die vielleicht wichtigste weltöffentliche Sphäre geworden, hier finden Debatten statt, hier wird geteilt, was bewegt. Und wer hat gesagt, dass Instagram nur ein Ort für das Schöne im Leben sein muss?

Ja, es gibt sie, die Kommentare wie diesen: «SIEG HEIL MEIN FÜHRER BITCHES DONT CRY BLA BLA BLA». Aber die gibt es auch in der analogen Welt, Neonazis, die ihre Hakenkreuze auf die Zugstoilette kritzeln. Die meisten Instagram-User aber drücken ihr Entsetzen und ihr Mitgefühl aus und warnen davor, die Geschichte zu wiederholen. Oder um es in den Worten eines User zu sagen: «Never to be forgotten.»