

Der Podcast der Anne Frank

Ein Projekt zur politischen Bildung

Im Rahmen der Diplomarbeit von Max Schnürer
Matrikelnummer 1374051
Institut für Design: Grafik und Werbung
Universität für Angewandte Kunst Wien
Sommersemester 2020

Betreut von Matthias Spaetgens
Gemeinsam mit Lisa Schultz und Ingmar Thies

Der Podcast der Anne Frank

Für meine Diplomarbeit wähle ich der Einfachheit halber die weibliche Form. Alle anderen Geschlechter sind somit mitgemeint.

1. ALLGEMEINES

1.1 Einleitung

Als ich mit meinem Studium in der Klasse für Ideen begann, wusste ich relativ wenig über Grafik und Werbung. Für mich ging es erst mal um grundsätzliche Fragen: Was macht eine gute Gestalterin aus? Was ist ein Briefing? Mit den Semestern entstand ein Gespür für Konzept, Gestaltung und Idee. Doch damit war es nicht getan.

Im Laufe meiner Zeit an der Angewandten endete für mich konzeptionelles und gestalterisches Denken nicht mehr bei der Wahl der richtigen Typografie für ein Plakat oder der passenden Kommunikationsidee für ein Produkt. Im Gegenteil: Werbung begann mich zu langweilen. Ich mochte nicht mehr verkaufen. Konzepte und Designs wurden gesellschaftlich, wollten plötzlich Verantwortung übernehmen und eine Gemeinschaft voranbringen. Immer wieder habe ich die Grenzen zwischen Design und Politik hinterfragt. Wie politisch darf gutes Design sein – wie gestaltet darf Politik sein? Ideen wurden relevant, Werbung trivial.

Heute ist mir klar: meine Diplomarbeit ist politisch.

Im Jahr meines Abschlusses an der Universität für angewandte Kunst Wien jährt sich nämlich das Ende des Zweiten Weltkriegs zum 75. Mal. Aus den Trümmern des Nationalsozialismus haben die Menschen eine europäische Gemeinschaft geschaffen, deren oberstes Credo bis heute lautet: Nie wieder Krieg, nie wieder Nationalsozialismus. Hier beginnt mein Diplom.

2020 zeigt sich nämlich auch, dass die Menschen die Geschichte vergessen. 75 Jahre nach Ende der Schreckensherrschaft Hitlers verfügen Teile unserer Gesellschaft über wenig Wissen im Bezug auf den Nationalsozialismus¹. Vor allem sind es die Jungen, die den Verlauf der Geschichte nicht mehr richtig beurteilen können.²

¹ Österreicher mit großen Wissenslücken zu Holocaust, ORF.at, 2. Mai 2019
<https://orf.at/stories/3120692/>

² Nachrichtenmagazin Profil in einer OTS-Aussendung; 2020
https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200509_OTS0015/profil-

aktuelle-studie-zeigt-schueler-haben-eklatante-wissensluecken-zur-ns-zeit

1.2 Eklatante Wissenslücken

Da ich selbst aus Deutschland komme, mein Lebensmittelpunkt jedoch Wien ist, möchte ich für meine Diplomarbeit beide Länder betrachten. Im Frühjahr 2020 veröffentlicht das Nachrichtenmagazin Profil eine Untersuchung des Zentrums für Politische Bildung im Auftrag der Arbeiterinnenkammer Wien. »81 Prozent der schriftlich – und ohne Zeitlimit – befragten Schülerinnen konnten entweder gar keine oder nur eine falsche Definition des Begriffs „Antisemitismus“ nennen. Eine von vielen Antworten: „Gehört, aber keinen Plan. Dabei steht in der 8. Schulstufe der Themenschwerpunkt Nationalsozialismus explizit auf dem Lehrplan. Doch nur ein Drittel aller befragten Schüler weiß, wie die einzige zugelassene Partei zur Zeit des Nationalsozialismus hieß (als korrekt wurde auch die Abkürzung NSDAP gewertet). Selbst in Gymnasien wissen das nur 48 Prozent aller Schüler. Auch das Novemberpogrom im Jahr 1938 ist den Jugendlichen weitgehend unbekannt. „Heißt so weil viele Fenster durch Bombe zerspringen“, lautet eine der Antworten, die als „nicht ausreichende Definition“ gewertet wurden. Von den AHS-Schülern konnten laut Studie nur 20,3 Prozent eine ausreichende Definition des Pogroms anführen; in 33 Prozent der Fälle war die Definition unzureichend, knapp die Hälfte hatte gar keine Antwort parat. Unter den Schülern polytechnischer Schulen (PTS) ließen knapp 80 Prozent das Antwortfeld leer, weitere 14,5 Prozent antworteten unzureichend. Nur 2,9 Prozent der PTS-Schüler konnten die Pogrome korrekt definieren.«³

In Deutschland ist das Unwissen ein ähnliches. Laut dem Wochenmagazin Der Spiegel wissen vier von zehn Schülerinnen nicht, wofür Auschwitz-Birkenau steht. Nach dem Spiegel ist in Deutschland auch der Schulunterricht zur Verantwortung zu ziehen. »Es würden die Schüler erreicht, wenn im Unterricht ein persönlicher Bezug hergestellt werde. Diesen Transfer muss ein moderner Geschichtsunterricht leisten - zumal Geschichte für das Verständnis der Gegenwart unabdingbar ist.«⁴

Der Bericht des Spiegels ist nur einer von vielen in der Landschaft der deutschen Qualitätsmedien. So möchte ich hier auf die repräsentative Umfrage von 2017 der Körber Stiftung eingehen⁵ – befragt wurden 1.009 Bundesbürgerinnen ab dem 14. Lebensjahr und 502 Schülerinnen ab dem 14. Lebensjahr.

³ Nachrichtenmagazin Profil in einer OTS-Aussendung; 2020 https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200509_OTS0015/profil-aktuelle-studie-zeigt-schueler-haben-eklatante-wissensluecken-zur-ns-zeit

⁴ <https://www.spiegel.de/lebenundlernen/schule/auschwitz-vier-von-zehn-schuelern-wissen-nicht-wofuer-es-steht-a-1170423.html>

Während nur eine Minderheit der Bundesbürgerinnen an ein sehr großes Geschichtsinteresse (3%) der Schülerinnen glaubte, denkt die Mehrheit, dass Schülerinnen ein nicht so großes Interesse (47%), oder gar geringes Interesse (29%) für Geschichte aufweisen.⁵

»Obwohl die befragten Schüler selbst sich nach eigenen Angaben mehrheitlich für Geschichte interessieren, fällt ihre Einschätzung ebenso negativ aus: auch unter den Schülern glaubt nur eine Minderheit, dass das Interesse der heutigen Schüler für Geschichte sehr groß (3 %) oder eher groß (19 %) sei. Die Mehrheit der Schüler hält es für nicht so groß (51 %) oder eher gering (24 %).

Anschließend sollten die befragten Schüler, die in der Schule schon einmal Geschichtsunterricht hatten, angeben, wie stark diese Inhalte im Rahmen des Unterrichts jeweils vermittelt werden bzw. wurden. 80 Prozent der befragten Schüler sagen, dass Wissen zu historischen Ereignissen in ihrem Geschichtsunterricht sehr stark bzw. eher stark vermittelt wurde. Jeweils 70 Prozent meinen dies über die Fähigkeiten, aus der Geschichte Lehren für aktuelle gesellschaftliche Themen ziehen zu können und Inhalte kritisch hinterfragen zu können.«⁵

1.3 Bekanntheit von Auschwitz-Birkenau⁵

Dass Auschwitz-Birkenau ein Vernichtungslager der Nationalsozialisten war, wissen:

1.3.1 Deutsche Bevölkerung insgesamt

2012	90%
2017	86%

14- bis 29-Jährige	78%
30- bis 44-Jährige	87%
45- bis 59-Jährige	90%
60 Jahre und älter	87%

1.3.2 Deutsche Schüler:innen insgesamt

14- bis 16-Jährige	47%
17 und älter	71%

Nur 47 Prozent der jungen Menschen wissen, was Auschwitz-Birkenau war. Ältere, ab dem 17. Lebensjahr ist dies deutlich häufiger bekannt.

⁵ Vgl. https://www.koerber-stiftung.de/fileadmin/user_upload/koerber-stiftung/redaktion/handlungsfeld_internationale-verstaendigung/pdf/2017/Ergebnisse_forsa-Umfrage_Geschichtsunterricht_Koerber-Stiftung.pdf

Weiterhin wissen geschichtsinteressierte Schülerinnen wesentlich öfter als Schülerinnen mit einem etwas weniger großen Interesse an Geschichte, dass Auschwitz-Birkenau ein Konzentrationslager bzw. ein Vernichtungslager war.⁶

Ebenso belegt auch das amerikanische Nachrichtenmagazin CNN, dass die Erinnerung an den Holocaust in Europa in Vergessenheit gerät. Laut CNN⁷ hat eine von zwanzig Europäerinnen noch nie etwas vom Holocaust gehört. Ebenso weist die Studie auf, dass das Unwissen nicht nur bei den Jugendlichen auftritt: Vier von zehn Österreicherinnen sagen, sie wissen zu wenig über den Holocaust. In Frankreich sind die Wissenslücken sogar noch größer: dort sagt jede Fünfte, sie habe noch nie etwas vom Holocaust gehört.

Ebenso zeigt die Studie auf, dass der Antisemitismus in Europa zunimmt. So ist ein Drittel der Österreicherinnen der Meinung, dass die Juden weltweit zu viel Macht in Wirtschaft und Politik hätten. Weitere antisemitische Stereotypen, die CNN bei den Teilnehmerinnen abfragte, bestätigten sich ebenfalls.

2. KONZEPTUELLE GRUNDLAGEN

2.1 Aufgabenstellung

Die aufgeführten Studien und Artikel belegen, dass 75 Jahre nach Ende des Zweiten Weltkriegs die Erinnerung an die Verbrechen des Holocausts, und noch viel mehr, das Wissen über den Nationalsozialismus, in Vergessenheit gerät. Vor allem sind es die jungen Menschen, Schülerinnen und Schüler, denen eklatante Wissenslücken zuzuschreiben sind. Aber auch die Älteren, meine Generation, spiegelt fehlendes Wissen wider. Auch erkennbar ist, dass sich mit Fortschreiten der Jahre die Wissenslücken in allen Altersstufen häufen. Der Bildungsauftrag wurde von der Gesellschaft vernachlässigt.

Nun gilt es einen Zugang zu finden, um den Schülerinnen die fehlende Bildung nahezubringen und gleichzeitig die Gesellschaft für das Thema zu sensibilisieren.

Hierzu soll ein neuer Bildungszugang kreiert werden und dieser mithilfe einer Kampagne beworben werden. Auch die Lehrer sollen hierzu in das Projekt einbezogen werden.

⁶ vgl. https://www.koerber-stiftung.de/fileadmin/user_upload/koerber-stiftung/redaktion/handlungsfeld_internationale-verstaendigung/pdf/2017/Ergebnisse_forsa-Umfrage_Geschichtsunterricht_Koerber-Stiftung.pdf

⁷ a shadow over Europe, 2018, CNN <https://edition.cnn.com/interactive/2018/11/europe/antisemitism-poll-2018-inil/>

Anhand der Umfragen und Statistiken werden Ziele definiert, die durch das Projekt erreicht werden sollen:

- Die Erinnerung an die Verbrechen des Holocausts darf nicht in Vergessenheit geraten. Junge Menschen müssen besser über das Thema informiert sein und sich intensiver mit dem Nationalsozialismus auseinandersetzen.
- Die Schülerinnen sollen sich Wissen über das »Dritte Reich« aneignen. Der schulische Inhalt soll Interesse wecken und nicht langweilen.
- Ein zeitgemäßer Bildungszugang soll kreiert werden. Neue Medien und digitale Zugänge sollen die Schülerinnen und die Bildungsbeauftragten dabei unterstützen den Bildungsauftrag zu erfüllen.

Um ein angebrachtes Konzept zu entwickeln, werden im Folgenden die Zielgruppen definiert.

2.2 Die Zielgruppen

2.2.1 Die Schülerinnen

Die Schülerinnen stellen die Hauptzielgruppe des Projekts dar. Für ein besseres Verständnis der Hauptzielgruppe werden Studien herangezogen, die zeigen, auf welchen Plattformen sich die Schülerinnen aufhalten und wie sie kommunizieren⁸:

Instagram	74%	16 - 18 Jahre
Snapchat	64%	16 - 18 Jahre
Streaming-Plattformen	65%	16 - 29 Jahre
Whatsapp	95%	16 - 18 Jahre

Es zeigt sich, dass die Schülerinnen digital stark vernetzt sind. Mehr als jede zweite Schülerin nutzt soziale Medien und Streaming-Dienste wie Apple Music und Spotify. Neun von zehn Schülerinnen nutzen Whatsapp.

2.2.2 Die Lehrerinnen

Diejenigen, die Verantwortung für das Wissen der Schülerinnen tragen sind die Lehrerinnen. Wie in den zitierten Berichten mancher Qualitätsmedien hervorgeht, fehlt es Lehrerinnen an zeitgemäßen Bildungszugängen. Sie müssen dabei unterstützt

⁸ vgl. https://www.koerber-stiftung.de/fileadmin/user_upload/koerber-stiftung/redaktion/handlungsfeld_internationale-verstaendigung/pdf/2017/Ergebnisse_forsa-Umfrage_Geschichtsunterricht_Koerber-Stiftung.pdf

werden, Schülerinnen zu erreichen. Dies passiert durch die Verfügbarkeit zeitgemäßer Unterrichtsmaterialien. Die Lehrerinnen sind somit die erste erweiterte Zielgruppe.

2.2.3 Die Gesellschaft

Neben den Lehrerinnen ist es natürlich auch die Gesellschaft, die für den Bildungsauftrag der nächsten Generation eintreten muss. Somit muss auch die Gesellschaft an sich als erweiterte Zielgruppe und als Verantwortliche für die nächsten Generationen betrachtet werden.

3. DIE IDEE

Die Idee ist es, den Schülerinnen die Geschichte einer Gleichaltrigen aus der Zeit des Nationalsozialismus zu erzählen. Die Geschichte der Anne Frank, festgehalten in ihrem Tagebuch, liefert hierzu die Inhalte. Diese werden jedoch nicht von den Lehrerinnen in Schulen vorgetragen, sondern von den Vorbildern der Schülerinnen: Influencerinnen. Und zwar dort, wo sich die Jugendlichen gerne aufhalten: in den sozialen Medien.

Meine Diplomarbeit trägt den Titel »Der Podcast der Anne Frank«. Kernidee der Arbeit ist es das Tagebuch der Anne Frank in ein zeitgerechtes Medium zu bringen: in den Podcast.

3.1 Wahl des Mediums

3.1.1 Der Podcast

Nicht nur die Hauptzielgruppe, auch die erweiterten Zielgruppen, sind digital. Seit Jahren erlebt der Podcast im deutschsprachigen Raum einen großen Hype. 2019 gab ein Viertel der Deutschen an, regelmäßig Podcasts zu hören.⁹ Ebenso ist der Podcast dezentral abrufbar – im Gegensatz zum Schulunterricht kann immer und überall auf das Material zugegriffen werden. Als einzelne Podcast-Episoden lesen die Meinungsmacherinnen der Zielgruppen die Einträge des Tagebuchs in chronologischer Reihenfolge. Jede Episode umfasst ca. 15 Minuten und gibt somit genug Platz, um auch in einer Unterrichtsstunde noch ausführlich besprochen werden zu können.

3.1.2 Die Sprecherinnen

Bei der Wahl der Sprecherinnen wird besonders Rücksicht auf die Zielgruppen genommen. Zum einen lesen Influencerinnen Auszüge aus dem Tagebuch, um bei den Schülerinnen Interesse für das Thema zu wecken, andererseits wirken auch Schauspielerinnen, Politikerinnen und Prominente mit, um Gesellschaft und Lehrerinnen zu aktivieren.

Für die reale Umsetzung des Projektes haben sich hier bereits über 25 Sprecherinnen gefunden.

3.2 Die Kampagne

Der Podcast der Anne Frank richtet sich an drei verschiedene Zielgruppen: die Schülerinnen, die Lehrerinnen und die meinungsbildende Gesellschaft. Um die drei Zielgruppen bestmöglich zu erreichen, werden spezifische und unterschiedliche Zugänge und Medien gewählt. Diese erstrecken sich von klassischen Plakaten für Lehrerinnen bis zu kurzen Videos auf Instagram TV:

3.2.1 Für Schülerinnen

Schülerinnen werden durch die Influencerinnen aktiviert. In den sozialen Medien transformieren die Influencerinnen dabei die Ereignisse des Dritten Reich ins Jahr 2020. Sie erzählen ihren Followern von den Einschränkungen, Diskriminierungen, Gewalttaten und Verboten, wie sie in den 1930er- und 40er-Jahren über die jüdische Gesellschaft verhängt wurden. Dabei rufen sie ihre Follower dazu auf, den Podcast der Anne Frank zu hören, um sich weiter zu informieren.

Gleichzeitig werden Kooperationen mit den angesagten Jugend-Podcasts im deutschsprachigen Raum eingegangen. Im Vorspann wird ebenfalls auf die Verbote hingewiesen und dazu aufgerufen, sich beim Podcast der Anne Frank zu informieren.

3.3 Für Bildungsbeauftragte

Die Bildungsbeauftragten werden dort abgeholt, wo sie ihre Vorbereitungen für den Unterricht treffen: in den Lehrerinnenzimmern. Dort verweisen Plakate auf das Unwissen der Schülerinnen. Weiterführendes Infomaterial wird in Form von Foldern und Elternbriefen zur Verfügung gestellt. Gleichzeitig wird eine Lesetour durch Schulen angeboten.

3.4 Für die Gesellschaft

Um den Rest der Gesellschaft (Eltern, Medienhäuser usw.) zu erreichen, werden Plakate für den öffentlichen Raum sowie auch Hörfunk-Spots konzipiert. Diese stellen die Ereignisse des Nationalsozialismus dem Unwissen der jungen Generation gegenüber. Dadurch entsteht eine inhaltliche Fallhöhe, die dazu genutzt wird, um das Projekt zu bewerben. Bei der Sprache wird dabei, wie auch im Tagebuch üblich, die Erzählerinnenperspektive gewählt.

⁹ <https://www.br.de/nachrichten/netzwelt/podcasts-boom-hype-oder-trend,RfpiSZR>

4. GESTALTUNGSKONZEPT

4.1 Zielsetzung

Die gestalterische Grundlage folgt der Plausibilität des Inhalts auf allen Ebenen der Arbeit. Das bedeutet, dass bewusst das Grafikdesign der 1930er- und 1940er-Jahre eingesetzt und auch dazu ambivalent neu interpretiert wird. Die Gestaltung von Magazinen, Büchern und Plakaten der Nationalsozialistinnen, sowie auch von Designern wie Jan Tschichold als Gegenpol zum Nationalsozialismus werden dafür analysiert und studiert, um deren Arbeit ins 21. Jahrhundert umzulegen.

4.2 Das Tagebuch als graphische Formgeberin

Als Formgeberin wird der Aufbau von Tagebüchern gewählt. Durch den kalendarischen Aufbau eines Tagebuchs entsteht ein Raster, welches auf alle visuellen Medien umgelegt wird. Dieser Raster funktioniert ebenso gedruckt als auch responsive im Web und lässt sich, ebenfalls wie ein Tagebuch, modular befüllen. Kurz: ein Tagebuch besteht aus Tagen, ebenso der Raster des Projekts.

4.3 Das Logo

Das Logo des Projekts gibt das wieder, wofür was der Podcast der Anne Frank inhaltlich steht und um eine klare Wiedererkennung des Brandings zu schaffen. Geschriebenes Wort wird zu gesprochenem. Der Titel wird durch eine Sinuskurve ergänzt. Wort und Sinuskurve verschmelzen hierbei zu einer Einheit.

4.4 Die Typographie

Wie eingangs bereits beschrieben, stand bei der Gestaltung des Projekts die Zeit des Nationalsozialismus Pate. Typografisch werden deswegen ebenfalls die 1930er- und 1940er-Jahre betrachtet. Um eine noch größere Stimmigkeit zum Projekt zu gewährleisten, orientiert sich der Podcast der Anne Frank am Schriftbild Deutschlands der 1930er und 1940er Jahre.

Für Schlagzeilen und Auszeichnungen wird die Schrift Rund Grotesk verwendet. Die geometrische Groteskschrift ist 1931 bei der Stuttgarter Schriftgießerei C.E. Weber erschienen. Die Schrift benutzt, ähnlich wie viele ihrer Vorläufer, ein geometrisches Gestaltungsprinzip, ohne dabei aber grundsätzlich von traditionellen Antiqua-Formen abzurücken. Besonders auffällige Charakterzüge sind die großen Oberlängen und das f mit Unterlänge.

Die verwendete digitalisierte Form der Schrift stammt von Frédéric Krauser aus seine Bachelor-Arbeit an der Bauhaus-Universität Weimar im Jahr 2012.

Als Kontrast zur Serifenlosen wird als Brotschrift die Schadow gewählt. Ebenfalls bei C.E. Weber (1938 entworfen und bis 1952 weiterentwickelt) erschienen und von Georg Trupp gestaltet, ist die Antiqua eine eher klassische und statische Schrift. Herausgegeben wird die Schadow heute von Bitstream.

4.5 Die Farben

Die Farbgestaltung des Projektes bedient sich bewusst an den Farben der NSDAP. Der Einsatz der Farben ist hier jedoch ein anderer. Während die NSDAP vor allem Rot als Primärfarbe nutzte, stellen wir hier Schwarz in den Vordergrund. Die Verwendung der Farben und die Gestaltung an sich ergeben ein unaufgeregtes und übersichtliches Gesamtbild.

Wissenschaft und Forschung, wird an Videos mit Zeitzeuginnen gearbeitet, um das Projekt in den sozialen Medien zu bewerben.

5. AUSBLICK

5.1 Der Stand der Dinge

Der Podcast der Anne Frank ist bereits in Produktion. Von über 40 geplanten Episoden sind zum Stand der Abgabe dieser Arbeit 15 Episoden aufgenommen worden. Eine Bandbreite an prominenten Unterstützerinnen hat sich gefunden.

Für das Projekt wird an einer Neuauflage des Tagebuchs in gedruckter Form gearbeitet. Bundespräsident Alexander Van der Bellen liefert hier das Vorwort.

5.2 Launch

Das Projekt wird im Herbst 2020 realisiert werden. Hierfür hat der Anne Frank Fonds – die Nachlass- und Rechteeverwaltung der Anne Frank, sowie der Fischer Verlag die Rechte für das Tagebuch auf 5 Jahre nach Launch lizenziert.

Der Podcast der Anne Frank soll vor allem junge Menschen erreichen und ihnen die schrecklichste Zeit Europas einfach und verständlich erklären. Der geplante Launch des Projektes ist mit 9. Oktober 2020 angesetzt.

Der Launchtermin, ein in Deutschland sowieso geschichtsträchtiger Tag, wurde gewählt, da 2019 der Versuch eines Massenmordes an Juden am Jom Kippur, dem höchsten jüdischen Feiertag stattfand. Der Rechtsextremist Stephan Balliet versuchte, in die Synagoge im Paulusviertel in Halle einzudringen, um dort versammelte Personen zu töten. Nachdem ihm dies auch mit Waffengewalt nicht gelungen war, erschoss er vor dem Gebäude eine Passantin und kurz darauf den Gast eines Döner-Imbisses. Auf seiner Flucht verletzte er zwei Personen durch Schüsse und wurde schließlich von zwei Streifenbeamten festgenommen. Datum, Ziel und die antisemitischen Motive der Tat hatte er zuvor im Internet bekanntgegeben. Die Tat übertrug er per Helmkamera als Live-Stream.

5.3 Kooperationen

Bis zum Launch des Projektes werden weitere Kooperationen geplant. So wird das Projekt ausgewählten Medienvertreterinnen präsentiert werden, um über deren Medien und Kanäle bis zum Launch eine größtmögliche Reichweite zu erreichen.

Mit dem Fischer Verlag wird eine projektspezifische Neuauflage des Buches präsentiert und ausgearbeitet werden. Mit erinnern.at, dem Institut für Holocaust Education des Bundesministeriums für Bildung,