

---

BILDUNG

Stephanie Kowitz-Harms

## **Online-Sein oder Nicht-Sein – das ist nicht die Frage. Anregungen zur Reflexion über digitale Vermittlungsangebote zur jüdischen Geschichte und Kultur**

*Viele Lernorte, Gedenkstätten und Museen zur jüdischen Geschichte und Kultur verfügen über digitale Vermittlungsangebote. Um zu klären, für wen diese Angebote konzipiert sind, wer sie nutzt und welche Besonderheiten es bei der Vermittlung gibt, wurde eine Umfrage gestartet, an der sich 15 Institutionen mit 21 Angeboten beteiligt haben. Auch wenn sie nicht repräsentativ ist, machen die Ergebnisse doch Problem- und Handlungsfelder deutlich: Insgesamt wird bislang nur wenig über das eigene Handeln im digitalen Raum und die Spezifika der Vermittlung von jüdischer Geschichte und Kultur im Netz reflektiert. Auch die Forschung bietet wenig Unterstützung, da es bisher kaum empirische Untersuchungen und Darstellungen zur digitalen Vermittlung von jüdischer Geschichte und Kultur gibt.*

*Many memorials, museums and institutions for Jewish history and culture offer digital educational programs. A survey of 15 German institutions aims to clarify three questions concerning the use of the 21 digital programmes they offer: for whom are they designed, who actually uses them and are there any particular considerations in the teaching and presentation of Jewish history online? This small survey reveals some problem areas and fields of action: There has been little previous reflection about people's behaviour in digital spaces and about the specifics of imparting knowledge about Jewish history and culture via the internet. There is also a lack of research, particularly empirical studies, able to shed light on digital learning and on teaching Jewish history and culture in the digital world.*

In den vergangenen Jahren hat ein Digitalisierungsboom Museen, Archive und Sammlungen ergriffen. Nicht zuletzt durch die Initiativen der Europäischen Union, die die Digitalisierung kulturellen und wissenschaftlichen Erbes als strategisch bedeutsam anerkannt und Plattformen wie *Europeana* geschaffen hat, sind Objekte verschiedenster Art (Schrift-, Text- und Bildzeugnisse) digitalisiert worden.<sup>1</sup> Auch den virtuellen Raum haben sich nahezu alle Museumstypen – vom Heimatmuseum über naturkundliche Sammlungen und Technikausstellungen bis zum Kunstmuseum – erschlossen. So existiert kaum ein Museum in Deutschland, das nicht über einen Internetauftritt verfügt.

---

<sup>1</sup> Becker, Jörg: Die Digitalisierung von Medien und Kultur, Wiesbaden 2013, S. 241.

Gerade die größeren Einrichtungen nutzen ihren Onlineauftritt, um Teile ihrer Sammlung,<sup>2</sup> virtuelle Rundgänge<sup>3</sup> oder ergänzende digitale Angebote<sup>4</sup> bereitzustellen.

Diese Digitalisierungswelle hat auch Lernorte, Gedenkstätten und Museen zur jüdischen Geschichte und Kultur in Deutschland erfasst. So gibt es Online-Plattformen mit Zeitzeugeninterviews, wie etwa das Projekt *Sprechen trotz allem* der Stiftung Denkmal für die ermordeten Juden Europas,<sup>5</sup> Unterrichtsmaterialien und didaktische Leitfäden, die zum Beispiel vom Jüdischen Museum Berlin<sup>6</sup> oder dem Anne Frank Zentrum bereitgestellt werden, Online-Ausstellungen oder Fotoportale, wie das Angebot *Vor dem Holocaust* des Jüdischen Museums Frankfurt,<sup>7</sup> Audioguides zu historischen Themen und Gedenkstättenportale oder digitale Stadtpläne, wie etwa das Schülerprojekt *Geschichtomat* am Institut für die Geschichte der deutschen Juden.<sup>8</sup>

Doch für wen sind diese Angebote konzipiert und wer nutzt sie eigentlich? Welche Bedeutung haben die Online-Angebote für die unterschiedlichen Institutionen und Einrichtungen? In welchem Verhältnis stehen die digitalen Projekte und die Arbeit vor Ort in den Gedenkstätten, Museen oder Lernorten? Und nicht zuletzt: Gibt es Besonderheiten bei der Vermittlung jüdischer Geschichte durch digitale Angebote?

Um Antworten auf diese Frage zu erhalten, wurde eine Umfrage gestartet,<sup>9</sup> an der sich 15 Institutionen mit insgesamt 21 Angeboten aus ganz Deutschland beteiligt haben. Auch wenn die Umfrage nicht repräsentativ ist und sicherlich nur als Stichprobe betrachtet werden kann, bietet sie doch aufschlussreiche Ergebnisse. Sie soll als Grundlage dienen, um zukünftige Analysemöglichkeiten und Handlungsfelder zu skizzieren.

## Ergebnisse der Umfrage

An der Umfrage teilgenommen haben Forschungseinrichtungen, Gedenkstätten, Museen und sonstige Institutionen, wie zum Beispiel Geschichtswerkstätten, Archive oder Anbieter von Infoportalen. Nach eigenen Angaben verfügen 70 % der teilnehmenden

<sup>2</sup> Vgl. exemplarisch das Angebot des Deutschen Historischen Museums Berlin, das Teile seiner Sammlung digitalisiert hat, online unter: <http://dhm.de/datenbank/dhm.php?seite=10&db=0> [18.06.2015].

<sup>3</sup> Vgl. zum Beispiel den virtuellen Rundgang durch das Münzkabinett im Berliner Bode-Museum, online unter: <http://www.smb.museum/ikmk/rundgang/index.php?lang=de> [18.06.2015].

<sup>4</sup> Zu nennen ist hier vor allem das Lebendige Museum Online (LeMO), das Online-Portal zur deutschen Geschichte von der Stiftung Deutsches Historisches Museum, der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik und vom Bundesarchiv, online unter: <https://www.dhm.de/lemo> [18.06.2015].

<sup>5</sup> Vgl. Stiftung Denkmal für die ermordeten Juden Europas: *Sprechen trotz allem*, online unter <http://www.sprechentrotz allem.de/> [20.06.2015].

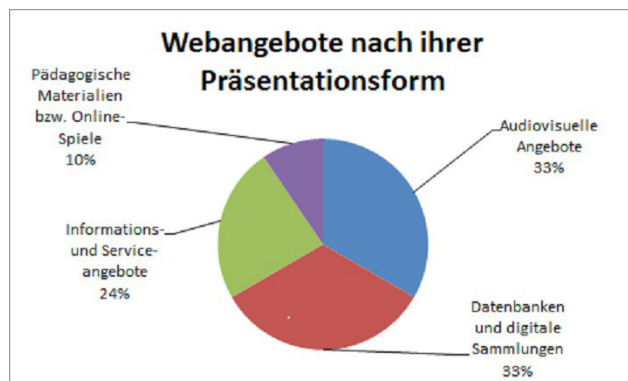
<sup>6</sup> Vgl. Jüdisches Museum Berlin : Was gibt's, online unter [http://www.jmberlin.de/ksl/was\\_gibts/was\\_gibts\\_DE.php](http://www.jmberlin.de/ksl/was_gibts/was_gibts_DE.php) [20.06.2015].

<sup>7</sup> Vgl. Fritz Bauer Institut : *Vor dem Holocaust*, online unter <http://www.vor-dem-holocaust.de/> [20.06.2015].

<sup>8</sup> Bei dem Schülerprojekt *Geschichtomat* handelt es sich um ein deutschlandweit einzigartiges Projekt, bei dem Schülerinnen und Schüler in ihrem Stadtteil auf Spurensuche gehen und die Ergebnisse ihrer Recherchen in Form von Videoclips, Bildern und Texten in einem digitalen Stadtplan festhalten. Vgl. Institut für die Geschichte der deutschen Juden: *Geschichtomat*, online unter: <http://www.geschichtomat.de> [20.06.2015].

<sup>9</sup> Digitale Vermittlung jüdischer Geschichte. Versuch einer Bestandsaufnahme zum Einsatz digitaler Medien in der Vermittlung jüdischer Geschichte, online unter: <https://docs.google.com/forms/d/1u09au1UZfcCk-VEBtFqO4fdDqM-xnjSaiD-TOqIZo0/viewform> [20.06.2015] bzw. im Anhang dokumentiert. Die Umfrage wurde u.a. über H-Soz-Kult, die AG Digitale Geschichtswissenschaft im Verband der Historikerinnen und Historiker Deutschland sowie über persönliche Kontakte verbreitet.

Einrichtungen über digitale Vermittlungsangebote. Versucht man die verschiedenen Webangebote nach ihrer Präsentationsform zu systematisieren (siehe Abbildung),<sup>10</sup> so ist festzustellen, dass es sich bei einem Drittel um Datenbanken und digitale Sammlungen handelt, wie etwa Foto- und Quellensammlungen oder Datensammlungen zu Friedhöfen und historischen Orten. Ein weiteres Drittel besteht aus audiovisuellen Angeboten, etwa Audioguides, Online-Ausstellungen oder Videoportale, und ein Viertel lässt sich mit dem Begriff der Informations- und Serviceangebote umschreiben. Nur bei 10 % handelt es sich um explizite Vermittlungsangebote, d.h. um pädagogisch aufbereitete Materialien, die mit Arbeitsaufträgen oder weiterführenden Informationen verknüpft sind. Diese Diskrepanz zwischen der Selbsteinschätzung der Anbieter und der vorgenommenen Systematisierung ist zum einen auf eine unzureichende Definition des Vermittlungsbegriffs im Fragebogen zurückzuführen, verweist aber auch auf eine generelle Frage: Stellt die Auswahl und Präsentation von historischem Bildmaterial, Videos mit Zeitzeugen oder Visualisierungen von zerstörten Orten bereits ein Vermittlungsangebot dar? Oder handelt es sich hierbei nur um die Grundlage eines weiterführenden Vermittlungsprozesses, der außerhalb des virtuellen Raumes – in der Regel in der Schule, aber auch im Elternhaus oder in der Jugendarbeit – stattfindet? Da sich diese Frage hier nicht abschließend beantworten lässt, sollen im Folgenden die Aufbereitung und Bereitstellung von Informationen zur jüdischen Geschichte und Kultur als Vermittlungsangebote bezeichnet werden, wie von der Mehrzahl der Anbieter selbst betrachtet.



Gefragt nach den Vorteilen der digitalen Vermittlung geben viele Teilnehmer die große Reichweite, die Vergrößerung der Zielgruppe, die Ergebnissicherung sowie die unproblematische beziehungsweise Korrektur von Datenbeständen an. Mehrere Teilnehmer geben zu, dass sie in den digitalen Angeboten eigentlich keine besonderen Vorteile für ihre Arbeit sehen, sie aber als ‚zeitgemäß‘ ansehen. Ein Anbieter nennt als Grund, auf die wachsende Nachfrage von Schülerinnen und Schülern, Lehrkräften und Studierenden reagiert zu haben. Ein weiteres Argument für die digitalen Vermittlungsangebote ist die ‚Barrierefreiheit‘. Nimmt man diesen Begriff ernst, so müssten die Websites allerdings sowohl für ältere Menschen als auch Personen mit Behinderungen geeignet sein. Hierzu zählen unter anderem gut gegliederte Texte in relativ großer Schrift, starke Kontraste und klare Schriftarten, alternative Erklärungen zu allen vorhandenen Bildern, der Verzicht auf Navigation durch Java- oder Flash-Objekte sowie blinkende Elemente und nicht zuletzt die Übersetzung von Texten in eine ‚leichtere

<sup>10</sup> Vgl. zum Thema der Systematisierung Hein, Dörte: „Serjöse Information“ oder „schöne Bilder“? Kommemorativ Kommunikation aus der Perspektive der Anbieter, in: Meyer, Erik (Hg.): Erinnerungskultur 2.0. Kommemorativ Kommunikation in digitalen Medien, Frankfurt am Main/New York 2009, S. 145–173, hier 148–151.

Sprache'. Diese Voraussetzungen erfüllen bislang nur die wenigsten Websites, so dass von einer echten ‚Barrierefreiheit‘ im Internet kaum gesprochen werden kann.<sup>11</sup>

Auf die Frage nach den Nachteilen der digitalen Vermittlungsangebote geben mehrere Umfrageteilnehmer ein klares Votum ab: „Keine!“ Andere Teilnehmer sind etwas skeptischer und verweisen auf „eine gewisse Nutzermüdigkeit aufgrund der permanent zunehmenden online zur Verfügung stehenden Angebote“ oder die „Überflutung des Internets mit Konkurrenzangeboten“. Auch auf die Kosten, die regelmäßige Aktualisierung und den Bedarf an technischem Fachpersonal (Webdesigner, Grafiker etc.) wird vereinzelt hingewiesen. Eine Bildungseinrichtung macht auf den erhöhten Arbeitsaufwand aufmerksam, der durch die Präsenz im Internet entsteht: „Immer wieder erhalten wir Anfragen zu weiterführenden Informationen [...]. Diese – im Sinne des allgemeinen Bildungsauftrags zwar positiv zu bewertenden – Nachfragen verursachen leider immer wieder Mehrarbeit für den Bildungsträger.“

Auch die Nutzerzahlen und Zielgruppen der jeweiligen digitalen Vermittlungsangebote wurden abgefragt. Die große Mehrheit der Umfrageteilnehmer gibt an, dass sie keine Angaben darüber machen kann, wie oft ihre Seite im Monat besucht wird, dass die Zahlen nicht erfasst werden oder sie schlicht „keine Ahnung“ hat. Nur zwei Einrichtungen können konkrete Zahlen nennen. Auch die Frage nach den Zielgruppen der digitalen Vermittlungsangebote ist in diesem Zusammenhang sehr aufschlussreich. So erklärt die Mehrzahl der Befragten, dass sie mit ihren Angeboten sowohl Schülerinnen und Schüler, Lehrerinnen und Lehrer, Studierende als auch Multiplikatoren, Gruppen wie Einzelpersonen gleichermaßen erreichen möchte. 100 % der Befragten sind der Überzeugung, dass Ihre Seite für Multiplikatoren geeignet ist, 92 % geben Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer als Zielgruppe an.

Fasst man die Ergebnisse der Umfrage zusammen, so fällt zunächst eine gemeinsame Charakteristik der Anbieter auf: Sie sind in erster Linie inhaltlich motiviert.<sup>12</sup> Die Umfrageteilnehmer betrachten sich als Experten, die ihr Wissen und die Bestände ihrer Einrichtung via Internet einer größeren Öffentlichkeit zugänglich machen können. Kein Teilnehmer gibt an, Spaß an der Technik zu haben oder neue Medienformen ausprobieren zu wollen.

Auch die Möglichkeiten des Web 2.0, das heißt der interaktiven Beteiligung und partizipativen Nutzung, werden nicht angesprochen. Ein Blick auf die verschiedenen Webangebote der teilnehmenden Einrichtungen zeigt, dass tatsächlich in der Regel keine Formen des Austausches mit den Usern vorgesehen sind: Es gibt keine Chatrooms, Kommentarfunktionen oder nutzergenerierten Inhalte, zum Beispiel durch das Hochladen von Bild-, Text- oder Videomaterial. Besonders aufschlussreich ist in diesem Zusammenhang die Untersuchung von Dörte Hein über Websites zu Nationalsozialismus und Holocaust. Sie hat festgestellt, dass diese Anbieter die interaktiven Möglichkeiten des WWW nur sehr zurückhaltend nutzen, da sie zum einen nicht über die nötigen personellen wie finanziellen Ressourcen verfügen und zum anderen die

<sup>11</sup> Eine Anleitung zum Thema Barrierefreiheit im Internet ist beispielsweise zu finden online unter: <http://www.einfach-barrierefrei.net/> [18.06.2015].

<sup>12</sup> Dörte Hein hat am Beispiel von Online-Angeboten zu Nationalsozialismus und Holocaust die Zielsetzung der Anbieter analysiert. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass es überwiegend technisch Interessierte gibt, Experten im inhaltlichen Sinne mit großem technischen Verständnis und vor allem inhaltlich motivierte Anbieter. Vgl. Hein, Seriöse Informationen, 2009, S. 154.

Befürchtung hegen, Rechtsextremisten eine Plattform zu bieten.<sup>13</sup> Es ist davon auszugehen, dass sich diese Einschätzung auf die Webangebote zur jüdischen Geschichte und Kultur übertragen lassen.

Die Potenziale des Internets als virtueller Erinnerungsort, als „Möglichkeitsraum für Erinnerungshandlungen“<sup>14</sup> werden von der Mehrheit der Umfrageteilnehmer kaum wahrgenommen. Vielmehr wird von Einigen die Angst vor „Überflutung“ und „Nutzermüdigkeit“ formuliert, d.h. hier schwingt die Sorge mit, als Experten die Hoheit über die Erzählung und Deutung von Geschichte zu verlieren. Das Spezifikum des Internets als Ort für verschiedene Erzählstränge, Sichtweisen, das *Crossover* der Geschichte und die *Touching Tales* wird von einem Teil der Umfrageteilnehmer demnach nicht als Chance, sondern als Bedrohung wahrgenommen.<sup>15</sup>

Dabei werden Erzählkultur und Geschichtsbewusstsein in immer stärkerem Maße von interaktiven Medien vermittelt.<sup>16</sup> Selbst ‚sensible‘ oder bislang als ‚immun‘ geltende Themen, wie der Holocaust und die Geschichte des Nationalsozialismus, finden wachsende multimediale Aufmerksamkeit.<sup>17</sup> „Das Internet als Ort der populären Geschichtsdarstellung und -Vermittlung erschafft [...] ein vielfältiges Panorama von Zugängen, Deutungsmustern und Darstellungsformen, die auf eine nicht mehr monolithisch gedachte Erinnerungskultur verweisen und damit ganz dem Ansatz entsprechen, neue Versionen und Räume für Vergangenheitsverhandlungen zu öffnen.“<sup>18</sup> Diese Räume werden von den Umfrageteilnehmern bislang kaum wahrgenommen oder genutzt.

Insgesamt wird deutlich, dass die meisten Umfrageteilnehmer offenbar nur in geringem Maße über das eigene Handeln und die spezifische Rolle im digitalen Raum reflektieren. Bestätigt wird diese Einschätzung mit Blick auf die angegebenen Nutzerzahlen und Zielgruppen der Websites. Die Mehrzahl der Einrichtungen sieht offenbar keine Notwendigkeit, die User der eigenen Online-Angebote zu kennen und zu analysieren. Hier ließe sich sicherlich einwenden, dass die Verwendung von Trackingdiensten, d.h. die Aufzeichnung und Auswertung des Nutzerverhaltens auf Internetseiten, entweder mit Kosten oder – wie im Fall der Verwendung von *google analytics* – mit dem Verlust von Datenschutz verbunden ist.<sup>19</sup> Nichtsdestotrotz wäre es für viele Bildungs- und Forschungseinrichtungen sicherlich sinnvoll zu wissen, wie oft welche Angebote genutzt, welche Schlagworte bei der Suche verwendet und wie oft bestimmte Themen abgefragt werden. Hieraus ließen sich wichtige Schlüsse für die Weiterentwicklung der eigenen Online-Auftritte ziehen und auch die Sinnhaftigkeit bestimmter Angebote hinterfragen.

<sup>13</sup> Vgl. Hein, Dörte: Erinnerungskulturen online. Angebote, Kommunikatoren und Nutzer von Websites zu Nationalsozialismus und Holocaust, Konstanz 2009, S. 256.

<sup>14</sup> Frieden, Kirsten: Neuverhandlungen des Holocaust. Mediale Transformationen des Gedächtnisparadigmas, Bielefeld 2014, S. 325.

<sup>15</sup> Vgl. Frieden, Neuverhandlungen, 2014, S. 326.

<sup>16</sup> Vgl. Kansteiner, Wulf: Alternative Welten und erfundene Gemeinschaften: Geschichtsbewusstsein im Zeitalter interaktiver Medien, in: Meyer (Hg.), Erinnerungskultur 2.0, 2009, S. 29–54, hier S. 30.

<sup>17</sup> Vgl. Frieden, Neuverhandlungen, 2014, S. 238.

<sup>18</sup> Frieden, Neuverhandlungen, 2014, S. 243.

<sup>19</sup> Über die rechtlichen Aspekte des Webtrackings informiert beispielsweise die Landesbeauftragte für den Datenschutz Niedersachsen: Webtracking (Analyse der Nutzung von Internetangeboten), online unter: [http://www.lfd.niedersachsen.de/portal/live.php?navigation\\_id=27717&article\\_id=95015&psmand=48](http://www.lfd.niedersachsen.de/portal/live.php?navigation_id=27717&article_id=95015&psmand=48) [18.06.2015].

Ganz wichtig erscheint in diesem Zusammenhang auch eine Analyse der Zielgruppen. Nach eigenen Angaben sind die digitalen Vermittlungsangebote der befragten Einrichtungen für alle Nutzergruppen gleichermaßen geeignet. Betrachtet man das unterschiedliche Medienverhalten und die Sehgewohnheiten von Jugendlichen auf der einen und erwachsenen Lehrkräften oder Multiplikatoren auf der anderen Seite, so wird deutlich, dass ein solcher Spagat kaum gelingen kann. Sicherlich gibt es Schülerinnen und Schüler, die sich in ihrer Freizeit die Websites von KZ-Gedenkstätten anschauen, sich für Referate historische Hörstationen herunterladen oder Friedhofsdatenbanken studieren. Die Mehrheit der Jugendlichen dürfte es kaum sein. Will man eine größere Zielgruppe tatsächlich erreichen, sind spezifische Angebote gefragt. Daher sollte bereits bei der Konzeption einer Website geklärt werden, für wen die Website vorzugsweise ins Netz gestellt wird. Danach richtet sich nicht nur der inhaltliche Aufbau der Seite, sondern auch die grafische Gestaltung und nicht zuletzt die Auswahl beziehungsweise Erstellung von Texten. Darüber hinaus fordert Astrid Schwabe in ihrer Dissertation *Historisches Lernen im World Wide Web: Suchen, flanieren oder forschen?* dazu auf, bereits in der Konzeptionsphase ein „Vermittlungsziel“ für jede Informationseinheit zu formulieren.<sup>20</sup> Sie hat in ihrer Arbeit fünf verschiedene Typen von Website-Besuchern unterschieden: Passanten, Suchende, Flanierende, Interessierte und Forschende. Während der *Passant* nur zufällig oder auch irrtümlich auf einer Homepage landet und sie rasch wieder verlässt, verweilt der *Flanierende* etwas länger und schaut sich – scheinbar wahllos – verschiedene Themen und Aspekte an. Der lexikalisch oder enzyklopädisch *Suchende* greift dagegen gezielt auf Informationen zurück. Auch wenn der Suchende nicht der Logik des Seitenaufbaus folgt, sieht Schwabe hier zumindest die Möglichkeit eines historischen Lernprozesses. Noch wichtiger und das eigentliche

Zielpublikum historischer Webangebote sind dagegen die *Interessierten* und *Forschenden*: Sie haben die Website gezielt ausgewählt, nehmen sich Zeit für ihren Besuch und nutzen sie strukturiert-systematisch. „Ein solcher Besuch kann zu historischem Lernen führen, das die Ausbildung eines historischen Bewusstseins fördert und auf diese Weise die User dazu befähigt, sich mithilfe der Auseinandersetzung mit der Geschichte in Gegenwart und Zukunft zu orientieren“.<sup>21</sup>

Um diese Gruppe der Interessierten und Forschenden zu erreichen, bedarf es nach Ansicht von Schwabe einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit, zum Beispiel durch die Verlinkung auf anderen Portalen oder häufig genutzten Websites, über Veranstaltungen, Flyer oder Presseartikel.<sup>22</sup> Bei didaktisierten Webangeboten sollten vor allem Lehrkräfte sowie Lehramtsstudierende angesprochen werden: Sie können die Seiten für den eigenen Unterricht nutzen oder Schülerinnen und Schüler darauf aufmerksam machen, auf das Angebot für Recherchen oder weiterführende Beschäftigungen zurückzugreifen.

Anhand dieser kurzen Ausführungen wird deutlich, dass Webangebote nicht als Solitäre betrachtet werden können. Sie sollten Teil einer konzeptionellen Gesamtstrategie sein und wichtiger Bestandteil einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit

<sup>20</sup> Vgl. Schwabe, Astrid: *Historisches Lernen im World Wide Web. Suchen, flanieren oder forschen?* Fachdidaktisch-mediale Konzeption, praktische Umsetzung und empirische Evaluation der regionalhistorischen Website Vim.u.info, Göttingen 2012, S. 419.

<sup>21</sup> Schwabe, *Historisches Lernen*, 2012, S. 414.

<sup>22</sup> Vgl. Schwabe, *Historisches Lernen*, 2012, S. 418.

jeder Institution oder Einrichtung. Dabei ist zu fragen: Welche Besucher nutzen die Forschungseinrichtung, das Museum oder den Lernort konkret vor Ort? Sollen zusätzliche Zielgruppen im Internet angesprochen oder bestehende Gruppen besser mit Informationen versorgt werden? Welche Inhalte sollen in dem Webangebot vermittelt werden, welches didaktische Ziel wird verfolgt und welche Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit gibt es, um gezielt User zu gewinnen? Außerdem kann es sinnvoll sein, ein Webangebot regelmäßig zu evaluieren, d.h. nach den Nutzerzahlen oder Abrufzahlen zu fragen und gegebenenfalls konkrete Besucherumfragen durchzuführen, um die Website möglicherweise anzupassen oder die Notwendigkeit neuer Formen der Vermittlung zu überdenken.

### Spezifika der Vermittlung jüdischer Geschichte

Diese Ziele, die Schwabe für regionalhistorische Webangebote formuliert hat, sollten ebenso für digitale Vermittlungsangebote zur jüdischen Geschichte und Kultur gelten. Doch unterscheiden sich Websites zu Themen der jüdischen Vergangenheit, Religion, Literatur, Verfolgungsgeschichte oder Friedhofskultur überhaupt von anderen Angeboten mit historischen oder kulturellen Inhalten? Auch hierzu wurden die Umfrageteilnehmer befragt. Die Antworten fallen sehr vage aus. Die Mehrheit sieht keine Besonderheiten oder stellt sogar dezidiert fest: „Es sollte ausdrücklich keine geben!“ Ein Teilnehmer weist auf technische Probleme bei der Mehrsprachigkeit hin, ein anderer meint: „Man sollte darauf achten, nicht nur Opfergeschichte zu betreiben.“

Die Befragten betonen somit, dass es keine Unterschiede zwischen Seiten zur jüdischen Geschichte und anderen historischen Themenfeldern geben sollte. Dabei handelt es sich bei Aspekten der jüdischen Vergangenheit und Gegenwart durchaus um sensible Themen, die nach politisch korrekter Sprache und angemessener Darstellung verlangen. Kirstin Frieden verwendet im Zusammenhang mit dem Holocaust den Begriff der *Memorial Correctness*.<sup>23</sup> In Anlehnung an den Begriff der *Political Correctness* bezeichnet sie damit ein nicht ausgesprochenes Verbot, das einen unrechten und unangemessenen Umgang mit dem Holocaust von einem ästhetisch und moralisch angemessenen Umgang abgrenzt. Hierzu gehört nach Ansicht von Anbietern von Websites, die sich der Vergegenwärtigung von Holocaust und Nationalsozialismus widmen, eine zurückhaltende und reduzierte Form der Darstellung, wie zum Beispiel der Verzicht auf Pop-Ups, blinkende Elemente oder auch verstörende Bilder.<sup>24</sup> Diese *Memorial Correctness* gilt ebenso für die Darstellung jüdischer Themen im Internet. Ein Blick auf die Webangebote der Umfrageteilnehmer zeigt, dass diese Art des moralisch und ästhetisch korrekten Umgangs durchaus beachtet wird. So lassen sich keine Beispiele von ästhetisch unpassenden Darstellungen oder unnötigen technischen Gimmicks finden und auch die Auswahl der historischen Fotografien ist wohl durchdacht. Doch wird dieser Aspekt der *Memorial Correctness* von keinem Umfrageteilnehmer explizit oder auch nur indirekt formuliert.

<sup>23</sup> Vgl. Frieden, *Neuverhandlungen*, 2014, S. 23–24.

<sup>24</sup> Vgl. Hein, *Seriöse Information*, 2009, S. 162.

Ein weiteres Problem stellen die mögliche Entkontextualisierung von Inhalten und die Nutzung in unerwünschten Zusammenhängen dar. Wie Bettina Alavi beispielhaft gezeigt hat, stoßen Besucher häufig nur zufällig auf bestimmte Internetangebote und folgen nicht der intendierten Vermittlungslogik,<sup>25</sup> d.h. Inhalte werden häufig verkürzt oder nur unzureichend erfasst. Werden beispielsweise antisemitische Karikaturen oder judenfeindliche Äußerungen historischer Persönlichkeiten ins Netz gestellt, so ist nicht zwangsläufig davon auszugehen, dass der Website-Besucher die ergänzenden Erläuterungen auch liest und versteht. Darüber hinaus gibt es immer die Möglichkeit, dass Bilder oder Textpassagen kopiert und in anderen Zusammenhängen – wie zum Beispiel bei Facebook oder Instagram – geteilt beziehungsweise genutzt werden. Besonders interessant ist in diesem Zusammenhang die Untersuchung von Jan Hodel, der sich mit dem Rechercheverhalten von Jugendlichen im Internet beschäftigt hat. Er weist nach, dass Schülerinnen und Schüler das Web vorzugsweise als Nachschlagewerk nutzen und unterschiedliche Textstellen, die sie als „neutrales Wissen“ oder Allgemeingut wahrnehmen, kopieren und für ihre eigene Darstellung zusammenfügen.<sup>26</sup> Bei dieser Art der Nutzung von Text- oder Bildquellen geht der ursprüngliche Kontext und pädagogisierte Rahmen vollständig verloren. Historische Aussagen, wie zum Beispiel antisemitische Witze oder fremdenfeindliche Urteile, können somit als vermeintlich sachlich richtig übernommen und weiterverbreitet werden. Diese Gefahr der Entkontextualisierung sollte sicherlich nicht dazu führen, dass bestimmte historische Quellen nicht mehr ins Netz gestellt werden, doch sollte dieser Aspekt durchaus auf Anbieterseite reflektiert und bei der Auswahl von Bildern und Texten beachtet werden.

Darüber hinaus gibt es eine Reihe von besonderen Vorzügen des Internets für die Vermittlung jüdischer Geschichte und Kultur im Internet. Gerade für die Auseinandersetzung mit der jüdischen Geschichte – einer Geschichte der Diaspora, der weltweiten Zerstreung – bietet das WWW besondere Vorteile. Historische Quellen, Texte oder Bilder aus der ganzen Welt können am heimischen PC zugänglich gemacht und übersetzt sowie gegebenenfalls mit pädagogischen Handreichungen und Erläuterungen bereitgestellt werden.<sup>27</sup> Die erwähnte Mehrsprachigkeit, vor allem die Schreibrichtung von Schriften, stellt zwar eine technische Herausforderung dar, die aber sicherlich lösbar ist.

## Digitale Visionen

Die Umfrage zeigt somit deutlich, dass die überwiegende Mehrzahl der teilnehmenden Einrichtungen nur in geringem Maße das eigene Handeln im digitalen Raum und auch die Besonderheiten im Umgang mit Themen der jüdischen Vergangenheit und Gegenwart hinterfragt. Doch obwohl die Erstellung und Pflege von Webangeboten meist mit hohen Kosten verbunden ist, die im Bereich der historisch-

<sup>25</sup> Vgl. Alavi, Bettina: Lernen Schüler/innen Geschichte im Digitalen anders?, in: Demantowsky, Marko/Pallaske, Christoph: Geschichte lernen im digitalen Wandel, München 2013, S. 3–16, hier S. 4 f.

<sup>26</sup> Vgl. Hodel, Jan: Geschichtslernen mit Copy and Share, in: Alavi, Bettina (Hg.): Historisches Lernen im virtuellen Medium, Heidelberg 2010, S. 111–130.

<sup>27</sup> Ein Beispiel hierfür ist die geplante Online-Quellenedition des Instituts für die Geschichte der deutschen Juden: Online-Quellenedition, online unter: <http://www.igd-j-hh.de/online-quellenedition.html> [18.06.2015].



politischen und kulturellen Bildung zumeist erst eingeworben werden müssen und nicht aus dem laufenden Haushalt getragen werden können, scheint die Begeisterung für das Medium Internet ungebrochen.<sup>28</sup> So geben 82 % der Befragten an, dass ihre Einrichtung auch in Zukunft weitere digitale Formen der Vermittlung plant. Am häufigsten wird dabei die Entwicklung einer App genannt.<sup>29</sup>

Sicherlich ist diese Umfrage nicht repräsentativ und nur wenige größere Einrichtungen aus Deutschland haben sich daran beteiligt. Dennoch scheinen die Ergebnisse einen Trend im Umgang von Institutionen und Einrichtungen in der historisch-politischen Vermittlung sowie der kulturellen Bildung mit digitalen Angeboten widerzuspiegeln. So klagte der Münchner Kunsthistoriker und Webexperte Christian Gries kürzlich in seinem Blog darüber, dass auf den Websites deutscher Museen kaum „über Sinn und Zweck des eigenen digitalen Tuns reflektiert, womöglich sogar einmal eine eigene Zukunftsvision“<sup>30</sup> formuliert werde. Zwar gebe es in der Regel Datenschutzerklärungen, Projektskizzen oder Listen mit neuen Digitalisierungsprojekten, doch „selbständige und eindeutige Positionen, die eine nachhaltige Perspektive markieren und ein überzeugendes Verständnis für die Zusammenhänge des Digitalen formulieren“, seien bislang nicht zu finden.

Solche ‚Visionen‘ sind bislang auch auf Websites zur historisch-politischen und kulturellen Bildung nicht zu entdecken. Die Forschung bietet hier bislang nur wenig Unterstützung. So wird zwar bereits seit den 1990er Jahren in der Geschichtsdidaktik über den Zusammenhang von historischem Lernen und digitalen Medien gearbeitet.<sup>31</sup> Doch handelt es sich hierbei um eine sehr kleine Community, die sich darum bemüht, theoretische Konzepte zu entwickeln und bestehende Anwendungsbeispiele zu diskutieren. Dabei entsteht jedoch der Eindruck, dass sowohl die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler als auch die Akteure auf dem Feld der Geschichtsdidaktik damit beschäftigt sind, bestehenden Trends hinterher zu eilen, um doch wieder von neuen Entwicklungen und Anwendungsformen überholt zu werden. Beispielhaft zu erwähnen wäre hier die Strategie der Schulbuchverlage, Lernmedien durch CD-Roms zu ergänzen, die jedoch aufgrund der geringen Nachfrage meist wieder eingestellt worden sind.<sup>32</sup> Ein ähnliches Schicksal dürften die Whiteboard-Materialien erleiden, deren Erstellung hohe Kosten verursacht und die nur in geringem Maße von Lehrerinnen und Lehrern nachgefragt werden.

<sup>28</sup> Besonders erstaunlich ist in diesem Zusammenhang, dass einige Umfrageteilnehmer sogar die „Kostensparnis“ als Argument für digitale Angebote angeben. Denn die Konzeption, Erstellung und inhaltliche wie technische Betreuung einer Website verursacht jedoch in der Regel hohe Kosten.

<sup>29</sup> Gerade die Entwicklung von kostspieligen Apps sollte jedoch wohl überlegt sein. Denn wie Studien zeigen, nutzen beispielsweise bislang nur 8 % der Museumsbesucher vor Ort eine App. Für die Mehrzahl stehen weiterhin das Erleben des authentischen Ortes sowie der Wunsch nach Bildung für sich und die Familie im Mittelpunkt. Vgl. Praske, Tanja: Projektmanagement einer Museumsapp. Worauf kommt es an?, online unter: <http://www.tanjapraske.de/2015/03/02/projektmanagement-einer-museumsapp-worauf-kommt-es-an/> [18.06.2015].

<sup>30</sup> Gries, Christian: Digitale Visionen. Das Schweigen auf den deutschen Museumswebsites, online unter: <http://blog.iliou-melathron.de/index.php/2015/02/digitale-visionen-das-schweigen-auf-den-deutschen-museumswebsites/> [18.06.2015].

<sup>31</sup> Vgl. Demantowski, Marko/Pallaske, Christoph: Geschichte lernen im digitalen Wandel. Einleitung, in: Demantowski/Pallaske (Hg.), Geschichte lernen im digitalen Wandel, 2013, S. VII–XVI, hier S. VIII–IX.

<sup>32</sup> Vgl. Demantowski/Pallaske, Geschichte lernen, 2013, S. VIII.

## Forschungsstand

Ein Grund für diese Misserfolge könnte der Mangel an empirischer Forschung sein. So gibt es bislang nur wenige konkrete Untersuchungen zum historischen Lernen im Digitalen.<sup>33</sup> Diese Studien geben Hinweise darauf, ob und wie sich historisches Lernen im Internet vollzieht und in welcher Weise historische Webangebote von Lernenden – vorzugsweise Schülerinnen und Schüler sowie Studierende – genutzt werden. Weitere Untersuchungen dieser Art wären sinnvoll, um konkrete Empfehlungen für die Konzeption und Weiterentwicklung von digitalen Lehr- und Lernangeboten zu entwickeln, wie sie beispielsweise Astrid Schwabe abschließend in ihrer Dissertation formuliert hat.<sup>34</sup>

Ausführliche Untersuchungen liegen dagegen zur technischen Ausstattung von Schulen und Nutzung von digitalen Medien im Unterricht vor.<sup>35</sup> Demnach gehört der Einsatz von digitalen Medien zum Alltag deutscher Schulen, ihr eigentliches Potenzial wird jedoch nur unzureichend genutzt. Digitale Medien sind in deutschen Klassenzimmern in großer Zahl Konsumgüter, die nach Angaben von Lehrkräften den Unterricht bereichern, zur Methodenvielfalt beitragen und die Schülerinnen und Schüler allgemein motivieren. Dieses Ergebnis ist insofern ermutigend, als das Internet im Vergleich zum Schulbuch zu einer wichtigen Informationsquelle geworden ist, die von Lehrkräften zur Unterrichtsvorbereitung, von Schülerinnen und Schülern zur Recherche und als ergänzendes Medium in den Schulstunden eingesetzt wird. Wie sich dieser Einsatz digitaler Medien allerdings auf den tatsächlichen Lernerfolg auswirkt, bleibt auch nach diesen Studien offen.

Ein noch größeres Forschungsdesiderat stellt der Aspekt des digitalen Lernens im Bereich der jüdischen Geschichte und Kultur beziehungsweise der Jüdischen Studien dar. Hier liegt bis dato keine einzige Untersuchung vor, die sich mit den Besonderheiten dieses Fachgebiets im digitalen Raum beschäftigt. Vor diesem Hintergrund war der im Februar 2014 vom Institut für die Geschichte der deutschen Juden veranstaltete Workshop *Jüdische Geschichte 2.0 – Geschichtsvermittlung im digitalen Zeitalter* der Versuch einer ersten Bestandsaufnahme. Vertreterinnen und Vertreter von wissenschaftlichen Institutionen, Museen, Gedenkstätten, Bibliotheken und Bildungseinrichtungen kamen

<sup>33</sup> Zu nennen sind hier die bereits zitierte Arbeit von Schwabe, *Historisches Lernen*, 2012, und Hodel, Jan: Verkürzen und verknüpfen. Geschichte als Netz narrativer Fragmente. Wie Jugendliche digitale Netzmedien für die Erstellung von Referaten im Geschichtsunterricht verwenden, Bern 2013. Des Weiteren ist zu erinnern an die Arbeiten von Bettina Alavi und Marcel Schäfer, Christine Schmitt und Nicola Kowski oder auch von Anke John. Vgl. Alavi, Bettina/Schäfer, Marcel: *Historisches Lernen und Lernstrategien von Jugendlichen. Eine empirische Untersuchung zu historischer Selbstlernsoftware*, in: Alavi (Hg.), *Historisches Lernen im virtuellen Medium*, 2010, S. 75–93; Schmitt, Christine/Kowski, Nicola: *Zwischen Handbuch und „Facebook“*. Was erwarten Studierende von einem geschichtlichen Fachportal? Online-Umfrage zu *historicum.net* Geschichtswissenschaften im Internet, in: *Geschichte in Wissenschaft und Unterricht* 62 (2011), 11/12, S. 655–668; John, Anke: *Geschichtsdidaktik 2.0. Vom Nutzen und Nachteil internetbasierten Studierens im Lehramt Geschichte*, in: Popp, Susanne u.a. (Hg.): *Zur Professionalisierung von Geschichtslehrerinnen und Geschichtslehrern* (= Beihefte zur Zeitschrift für Geschichtsdidaktik. Bd. 3), Göttingen 2013, S. 279–298.

<sup>34</sup> Vgl. Schwabe, *Historisches Lernen*, 2012, S. 405–420.

<sup>35</sup> Vgl. Pfister, Stephan: *Eine digitale Agenda für die Schule*, in: Maxton-Küchenmeister, Jörg/Meßinger-Koppelt, Jenny (Hg.): *Digitale Medien im naturwissenschaftlichen Unterricht*, Hamburg 2014, S. 15–20. Hanekamp, Gerd: *Zahlen und Fakten. Allensbach-Studie 2013 der deutschen Telekom Stiftung*, in: Maxton-Küchenmeister/Meßinger-Koppelt (Hg.), *Digitale Medien im naturwissenschaftlichen Unterricht*, 2014, S. 21–28.

in Hamburg zusammen, um ihre eigenen digitalen Angebote vorzustellen und über die Chancen und Risiken der Vermittlung jüdischer Geschichte im Internet zu diskutieren.<sup>36</sup>

Eine Orientierungshilfe könnten kommunikationswissenschaftliche Arbeiten sein, die sich mit dem virtuellen Erinnern an den Holocaust beschäftigen. Während die Vermittlung von Vergangenheit im Leitmedium Fernsehen in den vergangenen Jahren umfassend untersucht worden ist,<sup>37</sup> gibt es noch relativ wenige Arbeiten zum Erinnern des Holocaust im Internet. Zu nennen sind hier insbesondere die Dissertationen von Dörte Hein und Kirstin Frieden, die sich aus unterschiedlichen Blickwinkeln mit dem WWW als erinnerungskulturellen Raum beschäftigt und den Einfluss auf die Darstellung und Wahrnehmung des Holocaust untersucht haben.<sup>38</sup>

## Fazit

Online-Sein oder Nicht-Sein – das ist für die befragten Anbieter von Websites zur jüdischen Geschichte und Kultur tatsächlich keine Frage. Der Auftritt im Internet ist ein nötiges und wichtiges Schaufenster, um die Ergebnisse der eigenen Arbeit sichtbar zu machen und einer größeren Öffentlichkeit zu präsentieren. Die Möglichkeiten des WWW als Raum für neue Erinnerungsformen und Herangehensweise, für die gezielte Gewinnung und Aktivierung von neuen Nutzergruppen werden dagegen bislang kaum genutzt oder überhaupt wahrgenommen.

Eine Vorreiterrolle nimmt in diesem Zusammenhang das Jüdische Museum Berlin ein. Angesichts der großen, aber zunehmend unübersichtlichen Online-Aktivitäten des Museums wurde im Sommer 2013 nicht nur der Entschluss zum Relaunch, sondern auch zur Evaluierung des eigenen Handelns im digitalen Raum gefasst: „Welchen Stellenwert aber hat eine Museumswebsite angesichts der zunehmenden Bedeutung von Portalen wie der Deutschen Digitalen Bibliothek, Europeana oder dem Berliner Museumsportal auf der einen und dem Universum von Wikimedia auf der anderen Seite? In welchem Verhältnis sollten Social-Media-Aktivitäten und die Vermittlung von Inhalten auf einer Museumswebsite stehen? Diese und andere Fragen verdeutlichten schnell: Es war an der Zeit, alle bisherigen und kommenden Projekte, Planungen und Gewohnheiten zu überdenken – und sich auf eine Online-Strategie zu einigen.“<sup>39</sup> Seitdem wurden Website-Besuche analysiert, Stärken und Schwächen des bisherigen Online-Auftritts herausgearbeitet, Workshops mit Kollegen und Experten organisiert, gegenwärtige Trends und neue Technologien beobachtet. Auf dieser Grundlage wurde nicht nur eine „Digitale Mission“ verabschiedet, sondern auch ein Gesamtkonzept für den Online-Auftritt entworfen.<sup>40</sup>

<sup>36</sup> Der Workshop wurde von der Autorin gemeinsam mit Dr. Anna Menny organisiert. Vgl. den Bericht von Schwarz, Stefan: Tagungsbericht: Jüdische Geschichte 2.0 – Geschichtsvermittlung im digitalen Zeitalter, 20.02.2014 Hamburg, in: H-Soz-Kult, 25.04.2014, online unter: <http://www.hsozkult.de/conferencereport/id/tagungsberichte-5327> [20.06.2015].

<sup>37</sup> Vgl. Meyer, Erik: Erinnerungskultur 2.0? Zur Transformation kommensorativer Kommunikation in digitalen, interaktiven Medien, in: Meyer (Hg.), Erinnerungskultur 2.0, 2009, S. 175–206, hier S. 176.

<sup>38</sup> Vgl. Hein, Erinnerungskulturen, 2009. Frieden, Neuverhandlungen, 2014.

<sup>39</sup> Wenzel, Mirjam: Auf dem Weg zu einer Online-Plattform für jüdische Geschichte und Kultur. Die mittelfristige Online-Strategie des Jüdischen Museums Berlin, online unter: <http://www.jmberlin.de/blog/2015/06/online-plattform/> [20.06.2015].

<sup>40</sup> Vgl. die Präsentation von Mirjam Wenzel über den digitalen Wandel am Jüdischen Museum Berlin für „wearemuseums“, online unter: <http://de.slideshare.net/DrMirjamWenzel/digital-transformation-atjewishmuseumberlinwam15> [20.06.2015].

Dieses zeitintensive Verfahren, das große personelle wie finanzielle Ressourcen erfordert, lässt sich kaum auf andere Institutionen oder Einrichtungen übertragen, die im Bereich der Vermittlung jüdischer Geschichte und Kultur tätig sind. Dennoch können solche Analysen als Anregung dienen, den eigenen Online-Auftritt auf den Prüfstand zu stellen, sich der eigenen Rolle im digitalen Raum bewusst zu werden und die Entwicklung zukünftiger Angebote zu hinterfragen.

**Zitiervorschlag** *Stephanie Kowitz-Harms: Online-Sein oder Nicht-Sein – das ist nicht die Frage. Anregungen zur Reflexion über digitale Vermittlungsangebote zur jüdischen Geschichte und Kultur, in: Medaon – Magazin für jüdisches Leben in Forschung und Bildung, 9 (2015), 17, S. 1–12, online unter [http://www.medaon.de/pdf/medaon\\_17\\_Kowitz-Harms.pdf](http://www.medaon.de/pdf/medaon_17_Kowitz-Harms.pdf) [dd.mm.yyyy].*

**Zur Autorin** *Dr. Stephanie Kowitz-Harms hat Geschichte, Jüdische Studien und Germanistik an der Universität Potsdam studiert. Ihre Promotion über „Die Shoah im Spiegel öffentlicher Konflikte in Polen. Zwischen Opfermythos und Schuldfrage“ wurde von der Studienstiftung des deutschen Volkes gefördert. Sie leitet das Schülerprojekt „Geschichtomat“ am Institut für die Geschichte der deutschen Juden und ist als freiberufliche Projektmanagerin im Bildungsbereich aktiv.*

# Digitale Vermittlung jüdischer Geschichte

Versuch einer Bestandsaufnahme zum Einsatz digitaler Medien in der Vermittlung jüdischer Geschichte

Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie sich ein paar Minuten Zeit nehmen und an der folgenden nicht repräsentativen Umfrage teilnehmen. Sollten Sie mehrere digitale Vermittlungsangebote haben, müssten wir Sie bitten, für das jeweilige Angebot eine eigene Umfrage auszufüllen. Ihre Angaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt und nicht personalisiert verwendet.

Gerne können Sie den Link auch an interessierte Kolleginnen und Kollegen anderer Einrichtungen/Institutionen weiterleiten, die im Bereich der jüdischen Geschichte tätig sind. Sollten Sie Fragen oder Anmerkungen haben, können Sie sich gerne an mich wenden.

Dr. Stephanie Kowitz-Harms  
Projektbüro Geschichtomat  
Institut für die Geschichte der deutschen Juden  
Beim Schlump 83, 20144 Hamburg  
Tel.: 040/42838 29 35  
[www.geschichtomat.de](http://www.geschichtomat.de)

\* Erforderlich

## Ihre Institution \*

Diese Angabe dient nur der internen Zuordnung und wird nicht veröffentlicht.

## Ihr Name (optional)

## Ihre E-Mail-Adresse (optional)

Geben Sie Ihre Mailadresse an, wenn Sie im Anschluss über die Ergebnisse der Befragung informiert werden möchten.

## 1. Welche Form von Institution vertreten Sie? \*

- Gedenkstätte
- Museum
- Lernort

Forschungseinrichtung

Bildungseinrichtung

Sonstiges:

**2. Gibt es bei Ihnen digitale Vermittlungsangebote, wie z.B. Apps, interaktive Websites o.ä.? \***

Wenn nein, bitte weiter ab Frage 11.

Ja

Nein

**3. Seit wann gibt es bei Ihnen digitale Vermittlungsangebote?**

**4. Handelt es sich um eine Ergänzung bestehender Angebote oder um neue Arbeitsfelder?**

Ergänzung der bisherigen Arbeit

Neues Arbeitsfeld

Sonstiges:

**5. Bitte schildern Sie kurz, welche Angebote der digitalen Vermittlung es bei Ihnen gibt!**

**6. Für welche Zielgruppen sind Ihre digitalen Vermittlungsangebote geeignet?**

Mehrfachantworten sind möglich.

Schülerinnen und Schüler

Lehrerinnen und Lehrer

Studierende

Multiplikatoren

Einzelpersonen

Gruppen

Sonstiges:

**7. Wieviele User nutzen Ihre digitalen Angebote durchschnittlich im Monat?**

**8. Welche Vorteile hat die digitale Vermittlung für Ihre Arbeit?**



Senden

*Geben Sie niemals Passwörter über Google Formulare weiter.*

Bereitgestellt von

Dieser Inhalt wurde nicht von Google erstellt und wird von Google auch nicht unterstützt.

[Missbrauch melden](#) - [Nutzungsbedingungen](#) - [Zusätzliche Bestimmungen](#)