

Kreative Beiträge

von Birgit Wenzel

Eine erfolgreiche Spurensuche, eine gute Geschichte, aber ein schlechter oder nicht passfähiger Auftritt – schade eigentlich!
Die Präsentationsform, das Produkt, ist ein Aushängeschild, es prägt den (ersten) Eindruck und macht die Zielgruppe hoffentlich wissbegierig!
Welche Präsentationsformen sind denkbar und was ist wofür geeignet?

Beispiele aus dem Geschichtswettbewerb des Bundespräsidenten

Die folgenden Beispiele aus dem Geschichtswettbewerb geben Einblicke in unterschiedliche kreative Umsetzungen von Rechercheergebnissen. Sie belegen, was es bedeutet, Geschichte zu erforschen und zu dokumentieren: Eine Entwicklung wird über einen Zeitraum verfolgt und erzählt (vgl. vor allem Beispiel 1) und die Darstellung erfolgt quellenbasiert (vgl. vor allem Beispiel 2); in jedem Fall entfalten sie eine eigene Ästhetik. Beispiel 1 zeigt weiterhin, wie eine Berufsschulklasse (Mediengestalter) ihre Interessen und Fähigkeiten hervorragend mit dem Thema in Einklang bringen konnte. Die Gruppe untersuchte die Darstellung von Frauenarbeit in Haus und Beruf in der Printwerbung seit den 1920er-Jahren und dem dabei vermittelten Frauenbild. Sie rekonstruierte die Geschichte der Frauenarbeit in Entwicklungsschritten von etwa zehn Jahren und gestaltete dazu jeweils ein Hemdenkarton, in dem sich ein farbig gestaltetes Booklet und ein T-Shirt zu dem behandelten Zeitraum befand. Layout, ein entsprechendes Motto (z.B. »Frauen emanzipiert Euch! –

IV. PRODUKT UND PRÄSENTATION

1920–1930«, »Frauen gemeinsam sind stark – 1960–1970«, »Ich bin doch nicht blöd! – 21. Jahrhundert«), T-Shirt-Gestaltung (zeittypischer Frauenname und Scherenschnitt) sind passend auf das Jahrzehnt und das vorherrschende Frauenbild abgestimmt.



Frauenarbeit. Blick auf den Karton, das T-Shirt und in das Booklet zu einem Themenabschnitt.[?]

In Beispiel 2 haben fünf Schülerinnen und Schüler einer 10. Gymnasialklasse recherchiert, dass und wie Maria Petronilla von Pitzl Obernberg die Stadt Miesbach bei einem großen Brand von 1783 vor der völligen Zerstörung bewahrte. Sie analysierten historische Quellen aus dem Stadtarchiv und setzten die Ergebnisse ihrer Recherche in einem Gesellschaftsspiel mit dem Titel »Miesbach brannte, Petronilla rannte« um. Dazu mussten sie die Ereignisse sinnvoll strukturieren und in einen Spielablauf einbetten.



Foto: GW 2009-1196.

Miesbach brannte, Petronilla rannte. Blick auf das Spielbrett, den Arbeitsbericht, das Begleitheft zum Spiel und div. Bestandteile des Spiels. [?]

Was ist zu beachten? Wichtiges und Nützliches

Die Entscheidung für die Präsentationsform eines Beitrags steht in der Regel nicht am Beginn fest, sie entwickelt sich im Laufe der Arbeit. Sie sollte jedoch nicht erst zum Schluss getroffen, sondern schon im Anfangsstadium in die Überlegungen mit einbezogen werden.

Dabei geht es nicht in erster Linie, aber auch um Originalität. Wichtig ist vor allem, dass Form und Inhalt miteinander harmonieren, d. h., dass die Ergebnisse der Recherchen sich passgenau in das Produkt einfügen lassen und die Inhalte durch das Format gut zur Geltung kommen, wie die Beispiele gezeigt haben. Anders ausgedrückt: Das Thema und die Funde der Spurensucherinnen und Spurensucher bestimmen über das Format der Präsentation wesentlich mit. Das Produkt eröffnet einen Spielraum, den es zu nutzen gilt

und setzt zugleich Leitplanken und Grenzen. Insofern lohnt es sich, Chancen und Vorteile wie auch die Grenzen unterschiedlicher Formate zu vergleichen und gegeneinander abzuwägen, um sich bewusst für eines oder auch eine Kombination von zwei oder gar drei Formaten entscheiden zu können.

Besteht der Beitrag aus mehreren und vielleicht auch unterschiedlichen Anteilen, müssen sie sich gut ergänzen. So passt z. B. ein Booklet gut zur CD, zu einem Video oder zu einer Fotoausstellung; eine Dokumentation kann eine Lesung sinnvoll begleiten. Eine Sammlung von Sachzeugnissen harmoniert z. B. hervorragend mit einem Katalog oder ein Zeitzeugeninterview kann gut durch ein Plakat ergänzt werden, das Fotos aus der Vergangenheit der interviewten Person zeigt.

Unabhängig davon, für welche Darstellungsformen man sich entscheidet, jedes Produkt bildet auf die eine oder andere Weise ein sogenanntes Narrativ, das heißt, es erzählt in je spezifischer Weise eine Geschichte über die erforschte Vergangenheit. Die historische Recherche hat Ergebnisse erbracht und benötigt nun einen passenden Erzählrahmen, der aus Einzelaspekten ein sinnvolles Ganzes macht und sie im Produkt zusammenbindet. Geschichten aus und über die Vergangenheit berichten über Veränderungen in der Zeit, sie untersuchen Ursachen, Auslöser, Antriebskräfte, Entwicklungen usw., analysieren und deuten diese und kommen zu Urteilen (vgl. Kapitel IV *Darstellung und Dokumentation*). In jedem Fall bildet das Projektergebnis ein neues Konstrukt über Geschichte, ein neues Kapitel der Geschichtsschreibung, auch wenn es sich bei dem Produkt evtl. nicht (nur) um aufgeschriebene Geschichte handelt. Geschichte wird neu erzählt und dargeboten und stellt ein Angebot dar, wie die recherchierte Vergangenheit zu deuten ist. Der Entscheidung, welches Produkt bzw. welche Produkte und Medien passend sind, um die Ergebnisse gelingend sichtbar zu machen und angemessen transportieren zu können, kommt also erhebliche Bedeutung zu.

Unterschiedliche Formate nutzen unterschiedliche Kanäle der Vermittlung und bedienen entsprechende Sinne. Durch die uns umgebende und allgegenwärtige Geschichtskultur (also Darbietungen und Aufarbeitungen heutiger Zeit, die geschichtliche Bezüge aufweisen), sind wir täglich, oft unbewusst, mit Geschichte konfrontiert. Geschichte wird z. B. in Literatur, Filmen, Denkmälern, Museen und Ausstellungen, Ansprachen zu Festtagen, Festen, Spielen und sogar in der Werbung thematisiert. Als moderne Menschen sind wir gewohnt, dass viele unserer Sinne gleichzeitig angesprochen werden, so arbei-

ten z.B. Museen häufig nicht nur mit Exponaten, sondern auch multimedial mit Projektionen, Filmbeiträgen, Geräuschkulissen, Lichteffekten u. a.

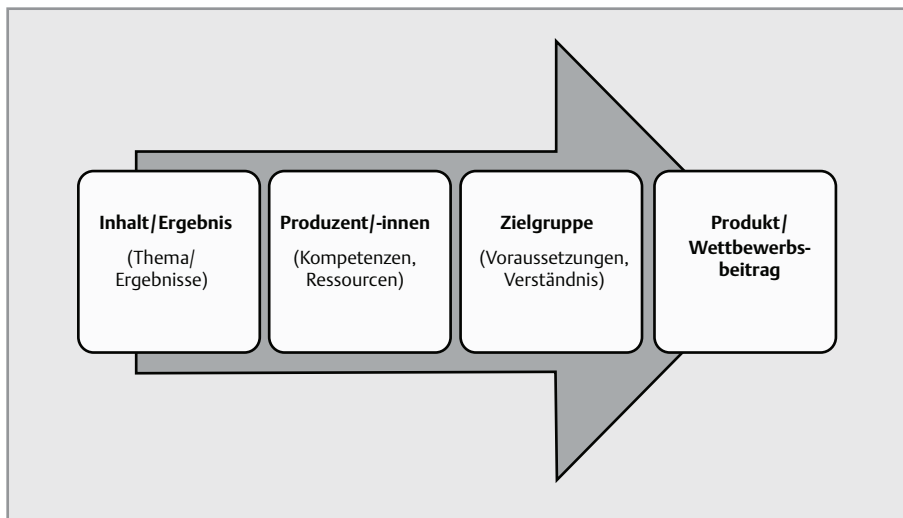
Für die Projektpräsentation geht es nicht darum, mit den oft professionell entwickelten Produkten der Geschichtskultur zu konkurrieren oder ein Feuerwerk von Medien zu entzünden; wichtig bleibt aber, dass die Projektergebnisse und das gewählte Format bzw. die Formate gut zueinander passen.

Gerade wenn es um das Produkt geht, ist auch zu bedenken, ob und wie die Forscherinnen und Forscher und damit auch die Produzentinnen und Produzenten des Produkts zueinander passen. Von einer Präsentationsform begeistert zu sein ist das eine, die damit verbundenen Herausforderungen zu bewältigen, das andere. Hier ist also zu fragen, wie der Zeitaufwand einzuschätzen ist und welche besonderen Kompetenzen notwendig sind. Sind z.B. kreative, technische oder/und handwerkliche Fähigkeiten für eine überzeugende und stimmige Fertigung des Produkts wichtig? Insofern kann es hilfreich sein, eine detaillierte Liste nicht nur von einzelnen Arbeitsschritten, sondern auch von hierfür erforderlichen Fähig- und Fertigkeiten anzulegen. Dies kann eine Grundlage für die Verteilung von Aufgaben innerhalb einer Gruppe darstellen und sollte zu realistischen Einschätzungen und in der Folge zu einer gut überlegten und strukturierten Einteilung der Arbeits- und Fertigungsschritte führen.

Letztendlich ist es wichtig, als Teilnehmerin oder Teilnehmer des Geschichtswettbewerbs im Arbeitsprozess immer wieder die (Außen-)Perspektive derjenigen einzunehmen, die sich mit dem Produkt auseinandersetzen – nicht zuletzt auch der der Jury. Dies gilt besonders, wenn das Produkt für eine bestimmte Zielgruppe, z.B. Kinder oder Jugendliche, bestimmt und ausgerichtet ist. Schließlich waren die Konsumenten bei der Spurensuche nicht dabei, sie werden über den Beitrag vermutlich erstmalig mit *dieser* Vergangenheit und den damit zusammenhängenden Informationen konfrontiert. Wie kann die Aufbereitung der Erträge dazu beitragen, dass sich die Leserinnen und Leser, Zuschauerinnen und Zuschauer, kurz die Rezipientinnen und Rezipienten interessieren, dass sie für die Botschaft aufgeschlossen und auf das Projektergebnis neugierig werden? Wie können sie in einen möglichst direkten Kontakt mit der erarbeiteten Geschichte treten? Über welchen Kenntnisstand, über welche Hintergrundinformationen sollten sie verfügen, um verstehen zu können, bzw. welche Unterstützung benötigen sie eventuell? Insofern sollten Produkte nicht nur überzeugend, sondern auch möglichst »barrierefrei« gestaltet

sein, d. h. sie sollten weitgehend für sich sprechen und durch die vermittelnden Medien leicht aufgenommen und verstanden werden können, ohne dass es zu viele Übersetzungen oder Erläuterungen geben muss.

Nicht zuletzt sind für die Verwendung aller Quellen die Nutzungs- und Urheberrechte zu klären (vgl. Kapitel IV. Darstellung und Deutung).



Kriterien für die Produktwahl

Bevor auf einzelne Beitragsformen näher eingegangen wird, verweist ein Überblick auf eine Vielfalt möglicher Formate. Die wenigsten Formate werden für sich allein stehen, sondern zumeist durch weitere sinnvolle ergänzt werden. Dabei finden auch zeitgemäße Formate, mit denen Jugendliche vor allem in ihrer Freizeit Erfahrungen sammeln, eine Rolle.

Kreative Beiträge von A bis Z	
Beitrag	Erläuterungen
Audioguide	Hörbeitrag, der z. B. durch eine Ausstellung oder auch durch ein Viertel, eine Straße, ein Gebäude führt (vgl. Wenzel, 2013, S. 40–46).
Ausstellung	Sie präsentiert in der Regel unterschiedliche Exponate, z. B. Fotos, Karten, Sachquellen. Sie kann an einem Ort aufgebaut oder auch online begehbar sein.
Buch / E-Book (vgl. Dokumentation)	Bestandteile sind Texte, es können aber auch Fotos, Karten, Statistiken, ein Glossar usw. hinzukommen. Als Kinder- oder Jugendbuch kann es auf eine bestimmte Zielgruppe ausgerichtet sein. Das E-Book ist die elektronische Version eines Buches.
Collage	Sie besteht aus Bildelementen, die zu einem Thema arrangiert werden und kann durch Textteile ergänzt sein.
Comic	Der Comic lebt von gezeichneten Bildern, enthält aber auch Schrift und Symbole. Von realgeschichtlichen Nacherzählungen von Geschichte über (Auto-)Biografien bis zu Parodien gibt es viele Varianten; alle erfordern kreativ-künstlerische Fähigkeiten (vgl. Gundermann, 2006).
Denkmal	Es erinnert an eine <i>denkwürdige</i> Geschichte, an Personen oder Ereignisse und wird z. B. durch eine erläuternde Tafel ergänzt. Durch die Gestaltung wird nicht nur mit einem Appellcharakter an Geschichte erinnert, sondern es wird auch ein Deutungsangebot vermittelt.
Digital Storytelling	Das Digital Storytelling beinhaltet genau das, was der Name aussagt: Im digitalen Medium wird eine (historische) Geschichte erzählt. In einem Sampling werden Einzelelemente zu einem Gesamtwerk zusammengefügt, zu einer Folienpräsentation oder einem Videoclip. Tonaufnahmen, Animationen, Musik, Fotografien, ein Begleittext im Off usw. werden zu einem neuen Beitrag arrangiert (vgl. König, 2013).
Diorama	Bau einer Szenerie als Modell. Die Szene stellt einen Ausschnitt der Vergangenheit nach, in einem Schaukasten oder auch auf einer Platte (vgl. http://www.modellbahn-links.de/diorama/).

IV. PRODUKT UND PRÄSENTATION

Beitrag	Erläuterungen
Dokumentation (vgl. Buch, Film)	Sie sammelt Ergebnisse einer Recherche über Geschichte sachlich, strukturiert und informierend. Dies kann in schriftlicher Form erfolgen; Texte, Fotos, Dokumente usw. werden z. B. in Form eines Buches zusammengestellt. Eine Dokumentation kann auch als auditives oder multimediales Produkt entstehen.
Fiktiver Beitrag	Ein fiktiver Beitrag wie ein Tagebuch, ein Interview, (vgl. Wenzel, 2013, S. 130–137), ein Briefwechsel, ein Streitgespräch, eine Gerichtsverhandlung usw. hat es so in der Realität nicht gegeben. So fließen z. B. Quellen und Informationen zu einer Person der Geschichte in Tagebucheinträge oder ein Interview, kontroverse Standpunkte in ein Streitgespräch usw. In der Aufarbeitung der Geschichte geht es darum, Menschen und Anliegen aus der Vergangenheit faktenorientiert Stimme und Wort zu verleihen. Die Rechercheergebnisse bestimmen die Inhalte, das Format die Regeln der Darstellung.
Film (oder Video) (vgl. Dokumentation)	Ein Filmbeitrag ist ein audiovisuelles Medium. Für den Wettbewerb kann er stärker an einen Dokumentarfilm (als einer Montage aus mehreren Elementen) angelehnt sein oder auch einem Spielfilm (mit einem Handlungsplot) ähneln. Er kann unterschiedlichste Anteile enthalten, wie abgefilmte Bild- oder Sachquellen, Filmdokumente, Interviews, Gespräche mit Experten und Expertinnen, einen Gang durch ein Gebäude, eine Straße, Kommentare im Off, Modellzeichnungen, Spielszenen usw.
Fotoroman	Ein Fotoroman folgt einem Plot, der eine Geschichte von Menschen erzählt, die in Einzelbildern arrangiert und fotografiert wird. Der Handlungsfaden wird durch Untertitel oder andere Textbeiträge (wie auch in einem Comic) ergänzt.
Führung (vgl. Audioguide, Rundgang)	Eine Führung bietet sich vor allem für Orte und Schauplätze an. Sie führt und erläutert, was vor Augen oder gerade nicht mehr vor Augen ist, nutzt aber in der Regel auch optisch wahrnehmbare Elemente. Sie kann z. B. in schriftlicher oder auditiver Form oder auch als multimediale Onlineanwendung entwickelt werden.
Historische Karte/n	Historische Karten verknüpfen Informationen zu geografischen Gegebenheiten und historischen Informationen zu einem bestimmten Zeitpunkt oder -raum oder verdeutlichen auch Veränderungen in der Zeit. Durch Symbole und Zeichen werden Informationen

	<p>verarbeitet und ablesbar. Overlay-Verfahren und, noch mehr, interaktive elektronische Karten können Entwicklungen und Veränderungen visualisieren, nicht nur für die Geschichte von Staaten, sondern auch für die Einzelner oder kleiner Gruppen.</p>
Hörbuch, Hörspiel	<i>siehe unten</i>
Illustrierte (vgl. Zeitung)	<p>Eine Illustrierte ist eine Zeitschrift, die einen hohen Bildanteil aufweist. Sie kann in Wort und vor allem im Bild einen Ist-Zustand, aber auch eine Entwicklung dokumentieren und ist in der Regel stärker als eine Zeitung auf einen spezifischen Themenzusammenhang (Kunst, Mode, Sport usw.) konzentriert.</p>
Inszenierung	<p>Inszenierungen setzen Ereignisse, einen Wandel usw. in Szene, d. h. sie stellen Geschichte in Form von Handlungen und Interaktionen dar. Sie eignen sich für Dramatik und Emotionen und sie können gut an historische Orte, Museen oder Ausstellungen angebunden sein, aber auch mit eigenen Hintergrundbildern / Kulissen kombiniert werden.</p>
Internetseite	<p>In einer Internetseite als multimedialer Anwendung stehen viele Möglichkeiten der Aufbereitung von Geschichte offen und die Stärke liegt in den vielfältigen Möglichkeiten der Kombination von Bild, Text, Karte, Interview, Szene usw.</p>
Interview (vgl. Zeitzeugenbefragung)	<p>Das Interview kann mit Zeitzeugen, Betroffenen, Angehörigen, oder Expertinnen bzw. auch mit Personen mehrerer Gruppen geführt werden und dokumentiert Geschichte aus dem Erleben, der Perspektive, dem Wissen von Individuen. Es ist denkbar als Audioaufnahme, Videobeitrag oder auch als Verschriftlichung.</p>
Kalender	<i>siehe unten</i>
Karikatur	<p>Sie setzt sich kritisch, satirisch, subjektiv bzw. parteiisch und in humoristischer Form mit Menschen, Ereignissen, Zusammenhängen usw. in interpretierender Weise auseinander. Sie arbeitet vor allem mit zeichnerischen Mitteln, die übersteigern oder verfremden, und oft mit Symbolen. Eine Bildunterschrift ergänzt sie in der Regel. Als ein visueller Kommentar bezieht sie Stellung und erfordert nicht nur die intellektuelle, kritische Auseinandersetzung mit dem zugrunde liegenden historischen Zusammenhang, sondern auch Wissen um Symbole und deren Bedeutung sowie vor allem zeichnerische Fähigkeiten (vgl. Schnakenberg, 2012).</p>

IV. PRODUKT UND PRÄSENTATION

Beitrag	Erläuterungen
Katalog	Der Katalog bildet ein Begleitdokument, z. B. zu einer Ausstellung. Als Buch oder Bildband listet er die Exponate auf und informiert über sie.
Kritik	Analog zu einer Film- oder Buchkritik stellt sie eine kurze Zusammenfassung, vor allem aber eine kritische Betrachtung dar, die mit einem wertenden und begründenden Urteil einhergeht. Sie kann sich auf ein historisches Ereignis oder auch auf einen Verlauf beziehen und sollte die Kriterien, die für die Beurteilung herangezogen werden, offenlegen.
Leporello	Ein Leporello ist ein Faltbuch, aus einem langen Kartonstreifen bestehend, der gefaltet und aufstellbar ist und vor allem für Bilder- und Fotoserien verwendet wird. Er kann z. B. als Werbung für ein Museum oder eine Ausstellung dienen; als eigenständiges Produkt kann ein Leporello Geschichte in einer Abfolge von Bildern erzählen.
Lesung	Eine Lesung (als Textvorlage oder als Dokumentation einer stattgefundenen) enthält Textelemente, die vorgetragen und durch den Vortragsstil inszeniert werden. In ihr können verschiedene Elemente wie Gedichte, Prosa, Quellentexte, eigene Texte usw. miteinander kombiniert zu einem »Gesamtkunstwerk« geraten. Sie regt zum Nachdenken, zur Auseinandersetzung an, kann Gedenken und Erinnern, aber auch Gegenrede und Kritik im Fokus ihrer Botschaft haben.
Modell	Ein Modell ist in der Regel dreidimensional und kann dadurch z. B. Größenverhältnisse sichtbar machen. Durch das Umrunden eines Modells kann man unterschiedliche Details in Augenschein nehmen und verschiedene Betrachtungsperspektiven einnehmen. Nicht nur statische Gebäude oder Orte, auch unterschiedliche Akteure und Positionen können als Modell in Szene gesetzt werden.
Musical	Das Musical bringt Geschichte auf eine Bühne und kombiniert Musik, Gesang, gesprochenen Text und Schauspiel. Es eignet sich vor allem, wenn bei einer Recherche deutlich wird, dass Liedgut in einem historischen Zusammenhang eine wichtige Rolle gespielt hat.

Plakat	Es enthält in der Regel Bild- und Textanteile sowie künstlerisch-ästhetische Elemente. Es dient der Bekanntmachung und Kommunikation eines Anliegens, das durch die Plakataussage auf das Wesentliche reduziert und fokussiert wird. Es kann informieren, sich für oder gegen etwas aussprechen, provozieren, bekennen usw. und fordert als »Hingucker« die Aufmerksamkeit der Betrachterinnen und Betrachter ein.
Podcast (als Audiodatei im Internet)	<i>siehe unten</i>
Portfolio	Mappe mit unterschiedlichen Teilen, z. B. Fotos, Texte, Dokumente usw.
Präsentation	Sie sind in der Regel multimedial zusammengestellt und integrieren verschiedene Elemente wie Bildmaterial, Texte usw.
Quiz (vgl. Spiel)	Ein Quiz, ein Ratespiel bereitet Geschichte in Form von Fragen und Antworten auf. Verschiedene Formate aus der Unterhaltungsindustrie, dem Fernsehen, der Spielzeugbranche usw. können mit Verfahren und Regeln Pate stehen. Als Wettbewerbsbeitrag könnten eine Dokumentation von Ergebnissen und die Aufbereitung in Quizform Hand in Hand gehen, auch als Onlineversion möglich (vgl. Bruckbauer und Schirrow, 2007 sowie Wenzel, 2013, S. 70–75, Der große Preis und S. 103–106, Gitterrätsel).
Radiobeitrag (vgl. Podcast unten)	Er ist vor allem denkbar als Reportage, als Interview u.a.m.
Rundgang (vgl. Audioguide, Führung)	Ein Rundgang bietet sich entweder für einen historischen Ort (Stadt, Ortsteil, Kiez usw.) oder auch z. B. eine Ausstellung (als Führung) an. Der Rundgang kann als Onlineversion auditiv oder auch multimedial (z. B. mit Kartenmaterial und Abbildungen) z. B. für entsprechende Endgeräte konzipiert sein oder auch ortsgebunden aus Tafeln oder Hinweisschildern als Beschriftung bestehen.
Spiel (vgl. Quiz)	Brett-, Tisch-, Kartenspiel usw., hier in der Regel als Lernspiel gestaltet, in dem es um das Zuordnen und Anwenden von historischen Fakten geht. In einem angeleiteten Brettspiel können Abläufe simuliert und nachvollzogen werden.

IV. PRODUKT UND PRÄSENTATION

Beitrag	Erläuterungen
Stellwände	Sie können mit unterschiedlichen Produkten (Zeitstrahl, Bilder, Texte usw.) bestückt sein und die Rechercheergebnisse dokumentieren oder auch andere Produkte (z. B. eine Ausstellung) begleiten. Sie dienen dazu, Ergebnisse gegliedert vorzustellen, z. B. in verschiedenen Zeitabschnitten oder auch thematisch unter Überschriften oder Leitfragen.
Twitteraccount	Twitteraccounts sind feste Bestandteile der Social Media Welt. Als Kurznachricht und zeitgemäßes Tagebuch gibt jemand bekannt, was er / sie erlebt, denkt, beabsichtigt usw. Als Wettbewerbsprodukt ist es denkbar, für Menschen aus der Vergangenheit (eine historische Persönlichkeit oder eine fiktive, repräsentative Figur) eben solche Accounts anzulegen und sie darüber Botschaften und Anliegen (z. B. auch in Form von Zitaten) in die Welt schicken zu lassen.
Webquest	quest=Suche. Ein Webquest bereitet Informationen in Form einer Aufgabe auf, die im und mittels des Internets bearbeitet wird. Ein Wettbewerbsbeitrag wäre hier als Aufgabe mit den entsprechenden Möglichkeiten zur Lösung aufbereitet. Nach einer Einführung in das Thema (auch die Forschungsfrage enthaltend), wird eine Aufgabe formuliert. Zur Lösung werden online die notwendigen Materialien bereitgestellt bzw. Hinweise zu deren Auffindung sowie Tipps zum Vorgehen gegeben. In diesem Fall werden die Ergebnisse nicht durch die Forscherinnen und Forscher »fertig« vorgestellt, sondern so aufbereitet, dass andere Nutzerinnen und Nutzer, geführt durch das Webquest, selbst und aktiv einen Forschungsprozess durchlaufen (vgl. http://lernen-aus-der-geschichte.de/Finde/Webquest/1744). Ein Webquest wird in der Regel durch eine Präsentation abgeschlossen. Auch die Anwenderinnen und Anwender könnten hierzu aufgefordert werden, um dann ihre Ergebnisse mit einem oder mehreren Angeboten des Webquests vergleichen können.
Werbung	Werbung macht aufmerksam, wirbt für ein Anliegen, für jemanden oder für etwas, eine Errungenschaft, eine Erfindung usw. Sie hat ein Anliegen, auf das emphatisch aufmerksam gemacht wird, ist parteiisch für die eigene Sache und stellt dies appellartig mit Farben, Bildern, Worten, evtl. Musik und anderen Elementen vor. Ein Wettbewerbsbeitrag könnte einem Anliegen aus der Vergangenheit mit modernen Mitteln zu einem Werbeauftritt (als Spot, als Plakat u. a. m.) verhelfen.

Zeitleiste	<i>siehe unten</i>
Zeitung / Illustrierte	Eine Zeitung (als Tages- oder auch Wochenzeitung) stellt als Produkt vielfältige Möglichkeiten zur Verfügung, Ergebnisse zu sammeln und aufzubereiten. Gab es zur Zeit der erkundeten Geschichte bereits Zeitungen, so kann sich der Beitrag an deren Erscheinungsbild und Gliederung anlehnen, aber auch die moderne Tageszeitung kann zur Orientierung herangezogen werden. Unterschiedliche Ressorts wie Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Lokales, Aus aller Welt usw. bieten die Möglichkeit, Ergebnisse in Form von Texten, Bildern, Karikaturen, Schaubildern, Diagrammen, Statistiken, aber auch als Kommentare, Leserbriefe usw. in die Zeitung einzufügen. Werden historische Dokumente und eigene Beiträge in einer Zeitung miteinander kombiniert, so müssen Quellen und Urheberschaft, z. B. in einem Impressum, nachvollziehbar werden.
Zeitzeugen- befragung (vgl. Interview)	Die Befragung von Zeitzeuginnen und Zeitzeugen kann sowohl die Untersuchungsmethode als auch zugleich das Produkt sein. Sie dient vor allem der Erkundung individueller Geschichte und Deutung. Die Authentizität der persönlichen Erinnerungen zu z. B. bestimmten Ereignissen oder persönlicher Lebensgeschichte ist eine besondere, die ihre Stärken (z. B. die Individualität, Perspektivität und Lebendigkeit) und Schwächen (fehlende Verallgemeinerbarkeit, Monoperspektivität) hat. Die Dokumentation kann in auditiven oder audiovisuellen Medien oder auch in Printmedien erfolgen und wird durch Interpretationen und Zusatzmaterialien ergänzt werden. (vgl. Rose und Wenzel, 2010, insbes. Material 6M und 7A)

Beitragsform: Auditive Beiträge

Ein Hörbuch, ein Hörspiel oder einen Podcast zu produzieren bedeutet in der Regel sehr viel weniger Aufwand als beispielsweise einen Film zu drehen. Zugleich liegt man mit diesen Produkten gut im Trend, denn Hörspiele werden nicht nur im Radio gesendet, sondern auch *live* vorgespielt. Hörbücher erfreuen sich im Unterhaltungssektor großer Beliebtheit und Podcasts werden zunehmend zur Informationsvermittlung und -aufnahme genutzt. Alle drei Formate sind internetaffin (vgl. z. B. <http://www.podcast.de/>); ihnen ist gemein,

dass sie den auditiven Kanal nutzen und von den Konsumentinnen und Konsumenten in allen möglichen Situationen, z. B. beim Rad-, Auto- oder Zugfahren, beim Walken, Abwaschen usw. gehört werden können.

Die Formate Hörbuch und Hörspiel eignen sich vor allem dazu, einen Plot, also eine Geschichte zu erzählen, die zu einem bestimmten Zeitpunkt beginnt, einen interessanten Handlungsverlauf mit einem Höhepunkt aufweist und dann zu einem (vorläufigen) Abschluss gelangt. Verschiedene Parteien streiten sich um ein Projekt, ein Problem muss gelöst werden, Gegner treffen aufeinander und setzen sich auseinander oder einigen sich. Aber auch die Geschichte eines Menschen, einer Gruppe, einer Stadt usw. kann in einem Hörspiel oder Hörbuch mit einfachen und doch eindrücklichen dramaturgischen Elementen erzählt werden.

Während ein Hörspiel eine Geschichte mit mehreren Sprecherinnen und Sprechern sowie passenden Geräuschen inszeniert, wird ein Hörbuch in der Regel von einer oder auch zwei Sprecherstimmen im Wechsel gesprochen bzw. gelesen. Denkbar ist auch, dass es in einem Hörbuch eine Sprecherstimme gibt und die Dialoge von unterschiedlichen Stimmen gesprochen werden, die den handelnden Personen Individualität verleihen.

Gibt es unterschiedliche Standpunkte und Sichtweisen, die zu einem Zusammenhang ermittelt wurden, bietet sich das Aufeinandertreffen dieser in einem Hörspiel an. Überleitende Texte, die Informationen über Zeit und Ort geben, bilden die Brücke von einer Szene zur anderen.

Notwendig und wichtig sind in jedem Fall gute, ausdrucksvolle Sprecherstimmen und das technische Equipment für eine Aufnahme, die sich z. B. als CD brennen lässt.

Ein Podcast kann eine Audiodatei oder auch ein Video sein, das aus dem Internet herunterladbar ist (vgl. <http://www.was-ist-ein-podcast.de/>). Hier ist eine Audiodatei gemeint, am ehesten mit einer Radiosendung vergleichbar. Für eine solche Audiodatei sind wiederum vielerlei Varianten denkbar. Sie kann aus einem oder auch mehreren Elementen bestehen, zu ihnen zählen z. B. referierte Informationen, Interviewpassagen, ein Dialog oder eine moderierte Gesprächsrunde, Geräusche und Musik als Untermalung oder als eigenständige Bestandteile (vgl. Wenzel, 2013, S. 206–211, Stummfilmvertonung).

Entscheidet man sich in der Projektpräsentation für eine dieser auditiven Varianten, ist zu bedenken, dass das Produkt trotz einiger Varianten eben doch nur hörbar ist. Bildhafte Veranschaulichungen fallen weg; insofern müs-

sen Bilder im Kopf durch Sprache, Geräusche, Töne usw. entstehen können. Die Tonqualität muss sehr gut sein und die Sprache muss nicht nur angenehm zu hören und akustisch verständlich, sondern auch so aufbereitet sein, dass Zuhörende gut folgen und verstehen können. Für alle auditiven Produktionen gilt, dass die gesprochenen Sätze nicht zu lang oder kompliziert sein dürfen.

Beitragsform: Zeitleiste und Kalender

Für historische Zusammenhänge sind immer zeitliche Verläufe von Bedeutung. Veränderungen und Entwicklungen sind nicht nur verknüpft mit Ursachen und Auslösern, sondern und immer auch mit bestimmten Zeitpunkten und Zeitintervallen.

Mit ihren zeitlichen Markierungen (meist eine waagerechte Zeitskala) gibt die *Zeitleiste* Daten (in einem Maßstabsverhältnis, das beibehalten wird!) und damit das »Wann« und das »Wie lange« (z.B. durch begleitende Farbbänder) vor. Zugeordnet werden »Was«, »Wer«, »Wie« und »Warum« durch unterschiedlichste Elemente wie Bilder, Schlüsselbegriffe, kurze Texte, Symbole, Karten, Schaubilder usw. Insgesamt bietet die räumlich-abstrakte Darstellung einer Zeitleiste einen anschaulichen Überblick über Zeitverläufe und Abfolgen von Ereignissen und Zusammenhängen. Dabei muss sie, um den Überblickscharakter beizubehalten, exemplarische Aussagen auswählen und auf Weniges reduzieren und fokussieren. Die Zeitleiste eignet sich für die chronologische Darstellung von z.B. politischer Geschichte, aber ebenso auch für lebensgeschichtliche Zusammenhänge. Der alternative Begriff des Geschichtsfrieses verweist auf einen hohen Anteil von Bildmaterial.

Eine besondere Form der chronologischen Geschichtsdarstellung stellt ein Kalender dar. Für einen Wettbewerbsbeitrag kann man unterschiedlichste Kalenderformate kreieren. So kann ein Kalender z.B. eine Epoche, ein Leben, einen Zeitabschnitt abdecken. Auch im Blick auf die einzelnen Kalenderblätter sind verschiedenste Zeitabschnitte denkbar. In jedem Kalenderblatt, das einen bestimmten Zeitabschnitt gewidmet ist (von einem Tag bis zu Jahren) können Ereignisse aus der Geschichte in vielfältigen Bild- und Textformen dokumentiert und in ihrem Ablauf aufbereitet werden.

Literatur

- Bruckbauer, Christian / Schirrow, Wiebke, Zur Entstehung eines Online-Quiz zum 45. Deutschen Historikertag in Kiel 2004, in: Lässig, Simone / Pohl, Karl Heinrich (Hrsg.): *Projekte im Fach Geschichte. Historisches Forschen und Entdecken in Schule und Hochschule*, Schwalbach 2007, S. 90–104.
- Gundermann, Christine, *Jenseits von Asterix: Comics im Geschichtsunterricht*, Schwalbach, 2006.
- König, Alexander, Digital Storytelling und Narrativierung im digitalen Medium. Schülerinnen und Schüler erklären die Techniken nationalsozialistischer Herrschaft, in: Rathenow, Hanns-Fred / Wenzel, Birgit / Weber, Norbert H. (Hrsg.), *Handbuch Nationalsozialismus und Holocaust. Historisch-politisches Lernen in Schule, außerschulischer Bildung und Lehrerbildung*, Schwalbach 2013, S. 283–302.
- Rose, Astrid / Wenzel, Birgit, *Opposition und Repression in der DDR. Zeitzeugeninterviews – Informationen – Dokumente. Eine multimediale Arbeitsmappe. Berlin 2010.* (Vgl. auch http://www.lisum.berlin-brandenburg.de/opposition_DDR)
- Schnakenberg, Ulrich, *Die Karikatur im Geschichtsunterricht*, Schwalbach, 2012.
- Tetzlaff, Sven, Kreative Beiträge. In Form gebracht, in: Dittmer, Lothar / Siegfried, Detlef (Hrsg.): *Spurensucher. Ein Praxisbuch für historische Projektarbeit*, Hamburg, überarb. u. erw. Aufl., 2005.
- Wenzel, Birgit, *Kreative und innovative Methoden. Geschichtsunterricht einmal anders*, Schwalbach 2013.

Körper Archiv

- GW 2005-1378 Jennifer Cürlis, Anne Hasenack, Jeannine Kämmerer u. a.: Wie die Frau das Arbeiten lernte – von Lieschen Müller zum Superweib.
- GW 2009-1196 Laura Baumgartner, Pia Callimici, Andrea Neuner u. a.: Miesbach brannte, Petronilla rannte.

Checkliste Präsentationsformen

- Erste Überlegungen schon zu Beginn der Arbeit anstellen
- Ist das Produkt ein Aushängeschild der Arbeit?
- Weckt das Produkt Neugierde und Interesse?
- Werden die Chancen des Produkts genutzt?
- Passen Form / Format des Produkts und Inhalt / Ergebnis der Spurensuche zueinander?
- Passenden Erzählmodus (sachlich, künstlerisch, perspektivisch ...?) wählen
- Sinne (Sehen / Hören / Tasten / evtl. Riechen und Schmecken) bestimmen, die das Produkt ansprechen soll
- Passen Produzent / in und Produkt zueinander?
- Zeitaufwand beachten. Was dauert wie lange?
- Aufgaben nach Kompetenzen zuweisen
- Technikaufwand einschätzen. Welche Kompetenzen, welche Hard- und welche Software sind notwendig?
- Materialaufwand und -beschaffung berechnen
- Nutzungs- und Urheberrechte klären
- Arbeitsschritte und Meilensteine auf einer Zeitleiste einteilen
- Listen für Teilbereiche anlegen und Fortschritte dokumentieren
- Die Außenperspektive der Zielgruppe / der Rezipienten einnehmen. Wie sind sie zu interessieren? Was müssen sie erfahren?
- Welche Unterstützung benötigen Sie?
- Ist das Produkt verständlich, ansprechend und spricht es für sich?