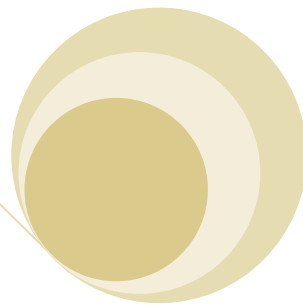
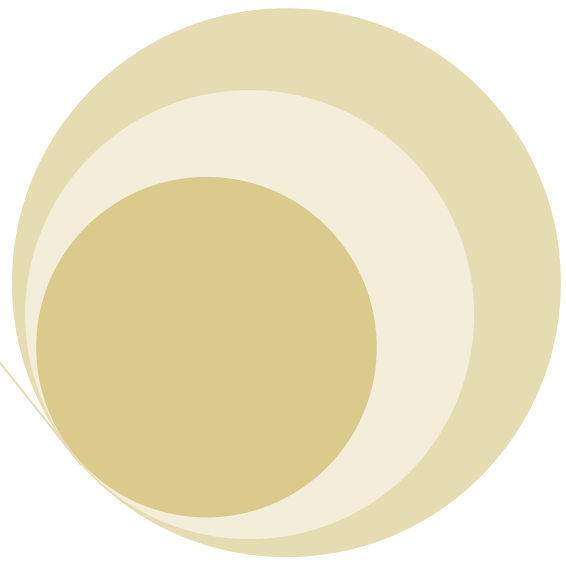




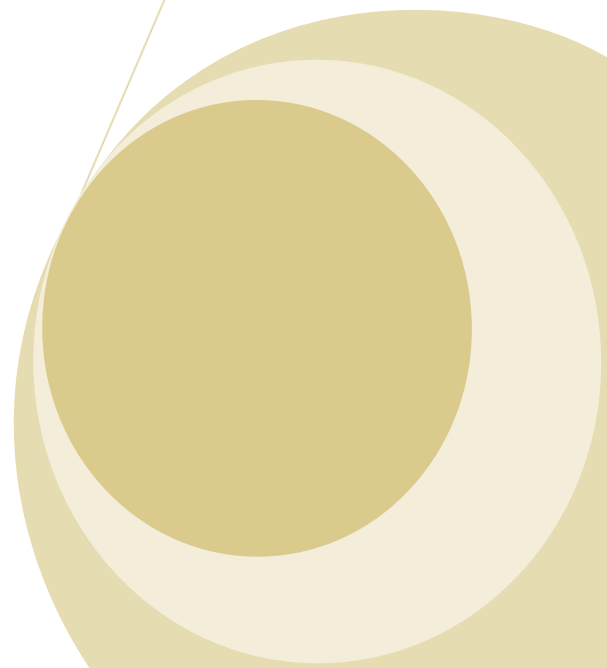
HEINRICH
SCHÜTZ
HAUS



Digitale Strategie des Heinrich-Schütz-
Hauses Weißenfels
Partizipation – Diskriminierungsfreiheit –
Inklusion

Das Konzept bildet den strategischen Rahmen zur Wei-
terentwicklung des Musikermuseums im 21. Jahrhun-
dert.

Dr. Maik Richter, M.A.
19.08.2020



Präambel

Die fortschreitende Digitalisierung der modernen Lebens- und Arbeitswelt hat längst auch die klassischen Bildungsstätten (Schulen, Hochschulen) erreicht und macht vor Museen als außerschulischen Lern- und Vermittlungsorten nicht halt. Aus diesem Grunde will sich das Heinrich-Schütz-Haus Weißenfels als Musikermuseum aktiv gestaltend in die Digitalisierung von Wissen und Wissensvermittlung einbringen. Dazu ist es nötig, eine digitale Strategie zu erarbeiten, die sämtliche Bereiche klassischer musealer Arbeit vereint: Sammeln, Bewahren, Forschen, Vermitteln und Präsentieren bzw. Inszenieren. Das Heinrich-Schütz-Haus beherbergt in seiner Dauerausstellung kaum eigene Objekte, es ist also kein aktiv sammelndes, bewahrendes und primär am Objekt forschendes Museum. Stattdessen liegt der Schwerpunkt in unserem Hause auf der Präsentation von Wissen mit Hilfe von Objekten, Erzählungen und Klangräumen. Wissensvermittlung lebt dabei von der Anschaulichkeit.

In Übereinstimmung mit dem Leitbild unseres Hauses, demgemäß die Musikergedenkstätte ein Ort sein soll, an dem Menschen unterschiedlicher sozialer, kultureller oder ethnischer Herkunft gemeinsam an den Kostbarkeiten einer jahrhundertealten, reichen mitteldeutschen Musiklandschaft teilhaben können, will das Heinrich-Schütz-Haus Weißenfels als bedeutender musikhistorischer Bildungs- und Lernort für alle Generationen die Möglichkeiten der Digitalisierung dazu nutzen, um eine breite Öffentlichkeit nicht nur vom kunsthistorisch wertvollen Gebäude als einzigem original erhaltenen Wohnhaus des Komponisten, sondern vor allem auch von der vielfältigen Musikkultur des 16. und 17. Jahrhunderts begeistern zu können, für die der Mensch und Musiker Heinrich Schütz als „Vater der deutschen Musik“ sinnbildlich steht.

Sowohl kurz- als auch mittel- und langfristig ist die Diversität der Zielgruppen zu berücksichtigen. Daher verfolgt die digitale Strategie des Heinrich-Schütz-Hauses einen partizipativen, narrativen, barrierefreien und inklusiven Vermittlungsansatz. Mit Hilfe interaktiver Angebote auf der einen und Plattformen zum Austausch auf der anderen Seite lässt sich dieser Ansatz am besten verfolgen.

Die interessierte Öffentlichkeit soll einen komfortablen und direkten Zugang zu den Bestandsnachweisen, Texten, Bildern, audiovisuellen Dateien und digitalen Objekten erhalten. Auch wissenschaftliche Neuerkenntnisse zu Heinrich Schütz sowie zur Musikgeschichte der Stadt Weißenfels und der Saale-Unstrut-Region sollen künftig elektronisch zusammengestellt und leicht zugänglich gemacht werden.

I. Digitalisierung von physischen Objekten und audiovisuellen Medien

Schwerpunkte

In der Digitalisierungsstrategie liegen die Schwerpunkte dort, wo

- die Digitalisierung der Vermittlung von europäischer Barockmusikkultur, dem internationalen Kulturaustausch oder allgemeinen Bildungsaufgaben dient,
- das Heinrich-Schütz-Haus über einmalige Bestände verfügt (Schütz-Fragmente, Authographe und unikat Musikhandschriften, historische Drucke),
- das Digitalisat dem Schutz eines gefährdeten Originals oder dem Erhalt von Inhalten dient,
- die Digitalisierung den Ausstellungs- und Forschungsvorhaben des Hauses und seiner Kooperationspartner nützt,
- die Präsentation eine Vernetzung von Inhalten unterstützen kann oder
- ein wirtschaftliches Interesse besteht (Tourismus, Verlage).

Digitalisierungsprioritäten

Prioritär behandelt werden sollen die folgenden Objekttypen:

- Schütz-Fragmente (Handschriften) und Schütz-Werke (Druckschriften) aus dem 17. Jahrhundert, ggf. anzuschaffende Musikdrucke des 17. Jahrhunderts
- Musikhandschriften und Libretti des 18./19. Jahrhunderts
- Notendrucke des 18./19. Jahrhunderts
- Ausstellungsobjekte (Spolien, Musikinstrumente und historische Buchbestände aus verschiedenen Jahrhunderten)
- Werbematerialien des Hauses, Veranstaltungsübersichten, Programmhefte zu hauseigenen oder kooperativen Konzerten (nur solche mit abgedruckten Konzerteinführungen) zur Dokumentation der Tätigkeiten des Museums.

Standards

Digitale Reproduktionen aus dem Heinrich-Schütz-Haus Weißenfels sollen in einer geeigneten Form sowohl für Wissenschaftler*innen als auch für interessierte Museumsbesucher*innen dauerhaft online zur Verfügung gestellt werden. Um die technischen Voraussetzungen für einen möglichst breiten und reibungslosen Datenaustausch zu gewährleisten, sind bei der Digitalisierung von Bibliotheks- und Archivbeständen sowie von Museumsgut des Heinrich-Schütz-Hauses die jeweiligen internationalen Standards von Bibliotheken, Archiven und Museen zu berücksichtigen. Die Präsentation der digitalisierten Objekte des Hauses soll über die gängigen Plattformen erfolgen (<https://www.museum-digital.de/>, <https://museum.de/> und/oder <https://vimuseo.de/>).

Kurzfristige Ziele

Jede museale Einrichtung ist auf institutionelle Förderung der öffentlichen Hand angewiesen, muss also jährlich über Fortschritte, Rückschläge, Stagnation berichten. Diese Berichte entscheiden maßgeblich darüber, ob und in welchem Umfang institutionelle Förderungen fortbestehen können oder ob sie von der öffentlichen Hand als wenig nachhaltig verworfen werden.

Als wichtigster Indikator für die Messung der Popularität gilt neben der absoluten (und im Vergleich mit Vorjahresbesucherzahlen auch der relativen) Besucherzahl insbesondere die Zahl der Besucher*innen, die wiederholt eine Einrichtung aufsuchen. Die Zahl wiederholter Besuche kann durch abwechslungsreiche Programme, durch Wander- und Sonderausstellungen oder durch die gezielte Hervorhebung der kulturellen Bedeutung einzelner Objekte (zum Beispiel „Ausstellungsstück des Monats“) positiv beeinflusst werden. All dies lässt sich theoretisch im realen wie im virtuellen Raum erreichen, wobei den virtuellen Räumen im 21. Jahrhundert eine kaum zu überschätzende Bedeutung zukommt.

Programme und wechselnde Ausstellungen sollten dabei primär am authentischen Ort mit seiner ganz spezifischen Aura vermittelt werden. Die Hervorhebung eines Objektes (ein Musikinstrument, ein originaler Text- oder Notendruck aus der Zeit eines Komponisten, ein Objekt aus dem persönlichen Umfeld dieses Komponisten) kann hingegen auch als virtuelle Präsentation über Social-Media-Kanäle für eine erhöhte Aufmerksamkeit unter bislang noch nicht erreichten Besuchergruppen sorgen.

Als kurzfristiges Ziel muss die digitale Strategie also eine größere Ausstrahlung einer Einrichtung im Blick haben, damit einerseits die Zahl der Wiederholungsbesucher steigt, während andererseits neue Besuchergruppen angesprochen werden können.

Mittel- bis langfristige Ziele

Viele kurzfristig sinnvolle Aktionen erzeugen in der Regel nur kurzzeitig mehr Aufmerksamkeit. Um eine beständige, über klassische Fördervereine und ihre Aufgaben und Funktionen hinausgehende „Fangemeinde“ für ein Haus zu schaffen, bedarf es daher weitaus nachhaltiger Formen digitaler Präsenz.

Neben Imagefilmen und einem digitalen Rundgang durch das Museum (z. B. als mehrsprachige Audioguide-App) gehört hierzu auch die fortlaufend zu aktualisierende Vorstellung von herausragenden Objekten eines Hauses im Sinne eines Blickfanges (siehe auch unter Kurzfristige Ziele), nicht aber als Ersatz für die Inszenierung des jeweiligen Objektes im Rahmen einer Ausstellung. Diese Objekte könnten nicht nur auf den museumstypischen Plattformen präsentiert werden, sondern auch in größeren Zusammenhängen wie beispielsweise auf der Seite <https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/>. Auf diese Weise stünden sie der internationalen Forschung zur Verfügung.

Ein Objekt (ein physisches ebenso wie ein rein akustisches oder ein audiovisuelles) kann auch als Träger von Geschichten fungieren. In diesem Falle bedarf es eines regelmäßig gepflegten Kanals (siehe unter Digitale Vision) sowie einer Plattform zum Austausch über Objekte und ihre kulturelle oder ideelle Bedeutung. Als mittel- bis langfristiges Ziel ist demnach die digitale Erschließung und Präsentation sämtlicher akustischer wie physischer Objekte der Dauerausstellung und der Sammlung im Blick zu behalten.

II. Digitale Vision

Interaktive Medienstationen prägen schon heute die 2012 eröffnete Dauerausstellung „... mein Lied in meinem Hause“. Diese Interaktivität soll digital ausgebaut werden. Ziel ist eine zeitgemäße digitale Infrastruktur (Website, Social Media, WiFi im gesamten Gebäu-

de) und eine digitale Sammlungspräsentation. Das Heinrich-Schütz-Haus verfügt bereits über eine eigene digitale Anwendung, die aus dem 2018/19 von der Kulturstiftung des Bundes und dem Weißenfelder Musikverein „Heinrich Schütz“ e.V. als Förderverein des Museums durchgeführten Projekt „Schütz macht Schule: Musikalisch-digitales Klassenzimmer im Heinrich-Schütz-Haus Weißenfels“ hervorgegangen ist und auf 20 hauseigenen Tablets installiert wurde, um Jugendlichen und Erwachsenen das „Komponieren“ mit Hilfe farbiger Klangbausteine aus Werken von Heinrich Schütz ohne musiktheoretisches Wissen auf der Basis musikelementarer Kenntnisse zu ermöglichen. Diese Tablets sollen zukünftig auch als digitale Museumsführer zur Verfügung stehen. Dazu ist aber schnelleres Internet notwendig, denn das HSH verfügt bislang lediglich über eine Leitung von 16.000 mbit/s, anzustreben wäre allerdings eine Geschwindigkeit von 50.000 mbit/s, um beispielsweise live streams aus dem Hause zu übertragen.

Neben der Interaktivität im Musikermuseum Heinrich-Schütz-Haus Weißenfels spielen auch die sozialen Medien eine tragende Rolle vor allem im Bereich der Werbung für das Haus, gelegentlich aber auch als Kommunikationsplattform (Stichwort: digitales Gästebuch) für Besucher*innen. Hier wurden in den vergangenen fünf Jahren bereits erste Schritte unternommen: Die regelmäßig über Neues aus dem Museum berichtende, Wissenswertes über Schütz und seine Zeit vermittelnde und mit anderen Kultureinrichtungen der Stadt und der Region eng vernetzte Facebook-Seite des Hauses mag allerdings nur ein kleiner Schritt in diese Richtung sein, und auch der seit einigen Jahren gepflegte digitale Newsletter, der die ursprünglich gedruckten Hausmitteilungen nach 2013 ersetzt hat, erfüllt seinen Zweck nicht mehr in vollem Umfange, da die Zahl solcher Neuigkeiten verbreitenden E-Mails dermaßen hoch ist, dass diese meist nicht mehr gelesen werden, wie die von Jahr zu Jahr geringer werdende Öffnungsrate beim Newsletter zeigt. Hier könnte eine automatische Erinnerung auf Wunsch den Newsletter ersetzen und den Abonnenten über sein Smartphone an Aktualisierungen auf der Website des Heinrich-Schütz-Hauses erinnern. Dazu ist die Website entsprechend funktional und den Erfordernissen des Datenschutzes entsprechend auszubauen.

In größeren Dimensionen gedacht, muss das Heinrich-Schütz-Haus in Zukunft über eine eigene digitale Plattform und ggf. sogar über einen eigenen Youtube- oder Dailymotion-Channel, einem Auftritt bei Soundcloud, Spotify, Deezer oder ähnlichem verfügen, um international größere Bedeutung zu erlangen. Klingende Objekte, Konzertmitschnitte, Filmproduktionen, die in naher Zukunft geplant sind, sollen hier ihren Ort finden, um Besucher*innen aktiv am musealen Geschehen teilhaben zu lassen. Dabei ist immer auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Präsentationsformen mit geringerer Aufmerksamkeitsspanne (Instagram, TikTok, Snapchat, Twitter u. a.) und solchen, die zur aktiven Beteiligung einladen (Facebook, Museumsblog o. ä.), zu achten.

Zum leichteren Austausch mit Museumsbesucher*innen kann statt auf E-Mails, Telefonate oder Social-Media-Posts zurückzugreifen, eine Interaktionsplattform geschaffen werden, die Kommunikation auf beiden Seiten (Museum und Rezipienten) ermöglicht und zugleich barrierefrei gestaltet ist, die Aktuelles ebenso wie Wissenswertes aus der Vergangenheit bietet, die Filme und Musikstücke erleben lässt und somit neugierig auf das Haus und seine Dauer- bzw. künftig auch auf die jeweilige Jahressonderausstellung macht. Da das Museum ein klassischer Ort der narrativen Wissensvermittlung ist, kann es auf diese

Weise mit Hilfe der heutigen Technologien die uralte praktizierte Kulturtechnik des Geschichtenerzählens im 21. Jahrhundert wieder in das Museum holen. Dieses digital storytelling kann über einen Audiopodcast ebenso umgesetzt werden wie über eine kleine Videoserie. Mit Hilfe des digitalen Erzählens können Anekdoten zum Komponisten, dem das Haus einst gehörte, spannende Informationen zum Fund bestimmter Objekte aus dem Hause oder zu Kostbarkeiten aus dem Umfeld des Komponisten vermittelt werden, desgleichen auch Erinnerungen heute lebender Menschen an ihre musikalischen „Begegnungen“ mit dem Komponisten und seinem Werk. Alles dies wäre ein eigenes Aufgabenfeld, welches am ehesten durch eine professionell besetzte Stelle für die Arbeit mit sozialen Medien abgedeckt werden kann.

III. Aufgabenstellungen

Aus dieser Digitalisierungsstrategie ergeben sich folgende kurz-, mittel- und längerfristig zu realisierende Aufgaben:

- (1) Schaffung freien W-LANs im gesamten Gebäudekomplex.
- (2) Bereitstellung eines inklusiven digitalen Audioguides des Heinrich-Schütz-Hauses zum Download auf private mobile Endgeräte
- (3) Anpassung der Website des Heinrich-Schütz-Hauses an digitale Erfordernisse (automatische Erinnerung an Neuigkeiten auf der Website; Schaffung von Schnittstellen für Audio- oder Video-Dateien); Bereitstellung von wichtigen Informationen zum Haus als PDF auf der website: Deutsch/Leichte Sprache (liegen bislang nur in Druckform vor), Deutsch (erledigt), Englisch (erledigt), Französisch und ggf. weitere
- (4) Entwicklung eines Kultur-/Museumspodcasts in Weißenfels, der wenigstens einmal im Quartal vom HSH zu bespielen ist
- (5) Bereitstellung nötiger Technik zur Digitalisierung und Langzeitarchivierung von Ausstellungsobjekten und Sammlungsgegenständen
- (6) Schaffung einer eigenen digitalen Plattform oder Einrichtung eines youtube-Kanals zur Bereitstellung von hauseigenen Aufnahmen/Tondokumente