Marketing & Kommunikation

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Bernisches Historisches Museum**

Band (Jahr): **- (2016)**

PDF erstellt am: **04.06.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

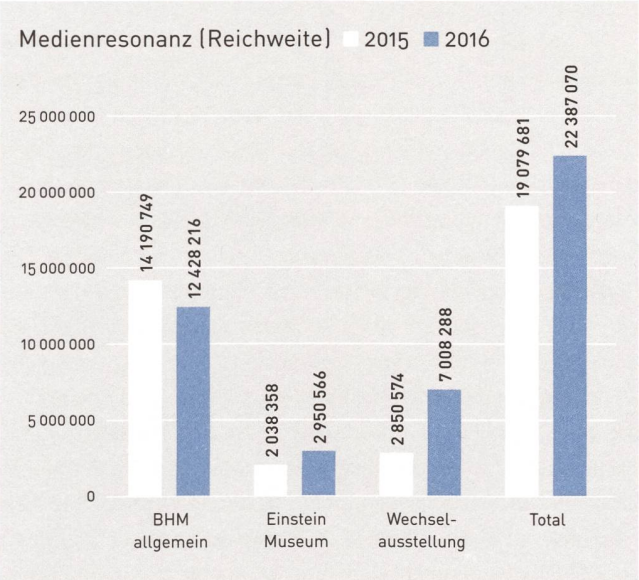
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Medienresonanz

Das Bernische Historische Museum fand weiterhin grosse Resonanz in den Medien. Insgesamt erreichte das Museum dank der Wechselausstellung «Söldner, Bilderstürmer, Totentänzer – Mit Niklaus Manuel durch die Zeit der Reformation» eine gegenüber dem Vorjahr leicht erhöhte Reichweite von 22 387 070 Leserkontakten (2015: 19 079 681).



Ähnlich wie im Vorjahr erschienen 365 (2015: 369) Printbeiträge in der nationalen und internationalen Presse, wovon die Mehrheit in der Schweiz erschien (2016: 334; 2015: 343) und rund ein Zehntel im Ausland (2016: 31; 2015: 26).

Ausbau der Online-Kommunikation

Im Lauf des Jahres wurde die Präsenz des Museums in sozialen Netzwerken und auf diversen Online-Kanälen weiter ausgebaut. 2016 verzeichnete die Website des Museums 120 219 Aufrufe (2015: 105 491) mit einer weiterhin verhältnismässig hohen Besuchsdauer von durchschnittlich dreieinhalb Minuten. Die Resonanz der Museumsbeiträge auf Youtube erlebte eine Steigerung gegenüber den Vorjahren: Insgesamt wurden die Beiträge auf Youtube 37 978 Mal aufgerufen (2015: 32 109; 2014: 24 555).

Besuche und Medienpräsenz Einstein Museum

Das Einstein Museum zog erneut viel Publikum an: 2016 besuchten 34 880 Gäste das Einstein Museum, was einer Steigerung von 18 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Auch nach dem Jubiläumsjahr 2015 war die Medienresonanz hinsichtlich des Einstein Museums mit einer Reichweite von 2 950 566 (2015: 2 038 358) 2016 höher als im Jahr 2015, in dem das Hundertjahrjubiläum der Allgemeinen Relativitätstheorie gefeiert wurde. Um im Einstein Museum über das Jubiläumsjahr hinaus Abwechslung zu bieten, wird die «Nacht mit Albert» auch in Zukunft jeweils im Juni durchgeführt, verbunden mit der Ausrichtung eines Wettbewerbs zur Verleihung des «Goldenen Albert» zu einem jährlich wechselnden Thema (vgl. dazu S. 10).

Crowdfunding: Test neuer Finanzierungsquellen

Das Museum prüft laufend neue Wege der Finanzierung seiner Wechselausstellungen. Im Rahmen der Vorbereitung der Wechselausstellung «1968 Schweiz» (Arbeitstitel) über das bewegte Jahrzehnt von der Mitte der 1960er- bis zur Mitte der 1970er-Jahre lancierte das Museum erstmals ein Projekt der Schwarmfinanzierung. Das Ziel: Mit Unterstützung aus der Bevölkerung sollte ein Teil (CHF 25 000) der geplanten Ausstellung innert 30 Tagen über die Crowdfunding-Plattform Wemakeit finanziert werden. Für alle Unterstützer standen attraktive Belohnungen bereit: von Buttons und Büchern über Previews bis hin zu VIP-Führungen. Die Crowdfunding-Kampagne startete am 21. November und erreichte ihr Ziel am 20. Dezember 2016.

Aktion «Gratis ins Museum»

An allen Samstagen im August wurde die von museen bern organisierte und von der Burgergemeinde Bern und dem Migros Kulturprozent unterstützte Aktion «Gratis ins Museum» durchgeführt. Das Bernische Historische Museum verzeichnete im Rahmen dieser Aktion 4144 Eintritte. Ziel der Aktion war, einem möglichst breiten Publikum den Besuch von Berner Museen zu ermöglichen.