

Marketing & Kommunikation

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Bernisches Historisches Museum**

Band (Jahr): - **(2019)**

PDF erstellt am: **27.06.2024**

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

2019 war das Bernische Historische Museum mit insgesamt 327 Artikeln in Printmedien präsent. Davon erschienen 14 Artikel in Frankreich und Deutschland. Die gesamte Printauflagenzahl entspricht 13,7 Millionen Exemplaren.

Weiter erschien das Bernische Historische Museum in 60 Radio- und TV-Berichten von Schweizer Sendern. Diese Beiträge entsprechen einer Sendedauer von 3,75 Stunden, sie erreichten 38,4 Millionen Kontakte.

Seit Januar 2019 werden Webbeiträge auf relevanten Schweizer Onlineplattformen systematisch in der Medienbeobachtung erfasst. Diese zusätzliche Erhebung ergab 322 Webbeiträge, in denen das Bernische Historische Museum Erwähnung fand.

Redesign Webauftritt

Der Webauftritt des Museums von 2011 ist in die Jahre gekommen, er erhielt deshalb 2019 ein sanftes Redesign. Die teilweise Neugestaltung der Website basiert auf der bestehenden Seitenstruktur und fokussiert sich hauptsächlich auf die Verbesserung des Benutzererlebnisses. Diese aktuelle Zwischenlösung ist auf eine Dauer von etwa zwei Jahren ausgelegt. Das längerfristige Projekt der Gesamterneuerung des Webauftritts beginnt 2020.

Optimierung Museumsshop

Der Einzelhandel befindet sich in einer Phase des Umbruchs. Dies machte sich auch im Museumsshop bemerkbar. Die Umsatzzahlen waren seit einigen Jahren rückläufig. Um diesem Trend entgegenzuwirken, wurde Anfang 2019 die Firma Aroma mit einem Beratungsmandat für Retail Campaigning & Visual Marketing beauftragt. Aus Workshops zusammen mit Mitarbeitenden der Bereiche Ausstellung, Marketing & Kommunikation und Verwaltung ging ein Massnahmenkatalog zur Optimierung der Sortimentsgestaltung und Warenpräsentation hervor. Bereits konnten erste Erfolge verzeichnet werden: Nach der Umsetzung der Massnahmen folgte im Lauf des Jahres eine positive Umsatzentwicklung.

«日本祭り – Nihon Matsuri»: Ein Japanfest für Bern (15. 9. 2019)

Mit mehr als 7000 Objekten besitzt das Bernische Historische Museum eine der umfangreichsten Japansammlungen der Schweiz. Für Ausstellungszwecke stellt das Museum dem Kulturzentrum der Japanischen Botschaft in Bern ausgewählte Objekte der hochkarätigen Sammlung zur Verfügung. Im Rahmen dieser partnerschaftlichen Zusammenarbeit wurde die Bevölkerung am 15. September 2019 zu einem grossen Japanfest im Bernischen Historischen Museum eingeladen.



Die Kunst des japanischen Bogenschiessens: Kyūdō (Weg des Bogens).

Der Zuspruch war unerwartet hoch. 3500 Japaninteressierte folgten der Einladung und genossen im Museumspark traditionelle Musik, Tanz- und Kampfkunstvorführungen. Im Museum liessen sich die Gäste in Kalligrafie, Origamifalten oder in der Blumensteckkunst Ikebana unterweisen oder probierten einen Kimono an. Blanke Schwertklingen und eine eindruckliche Samurai-Rüstung gab es in der Führung durch die Dauerausstellung «Kulturen in Asien und Ozeanien» zu bestaunen. Im Teehaus der Dauerausstellung wurden zwei Teezeremonien durchgeführt. Und wer wollte, liess sich in die Geheimnisse rund um Sake einweihen. Verführerische Düfte an den verschiedenen Essensständen im Museumspark und im Restaurant Steinhalle luden dazu ein, die kulinarische Vielfalt Japans zu kosten. Eine zweite Durchführung des Japanfests im Spätsommer 2020 befindet sich in Planung.