

Zeitschrift: Jahresbericht / Bernisches Historisches Museum

Herausgeber: Bernisches Historisches Museum

Band: - (2015)

Rubrik: Marketing & Kommunikation

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 18.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Hohe Zufriedenheit des Publikums

Seit 2010 werden repräsentative Besucherbefragungen in den Wechselausstellungen durchgeführt; im Rahmen einer 2014 und 2015 durchgeführten repräsentativen Gesamtmuseumsbefragung wurden erstmalig auch die Dauerausstellungen und das Einstein Museum einbezogen. Das Durchschnittsalter der Befragten belief sich auf 39 Jahre. 52 % der Befragten waren Frauen und 60 % Akademiker und Akademikerinnen. Schweizer Besucher (insgesamt 47 %) kamen am häufigsten aus dem Kanton Bern (25 % aller Besucher respektive 53 % aller Schweizer Besucher). Von den ausländischen Besuchern stammte gut die Hälfte aus Europa, darunter am häufigsten aus Deutschland (10 %), gefolgt von Frankreich und Grossbritannien (je 8 %).

Insbesondere die Anziehungskraft des Einstein Museums auf ausländische Besucher war sehr gross: Das Einstein Museum wurde zu drei Vierteln (76 %) von Gästen aus dem Ausland besucht.

Die Zufriedenheit des Publikums mit dem Bernischen Historischen Museum ist ausserordentlich hoch: 96 % bewerteten die Ausstellungen als sehr gut oder als gut. Die meisten stimmten der Aussage zu, dass das Museum bedeutende Objekte zeigt (92 %). 91 % nahmen es als wichtiges Museum in der Schweiz wahr. 88 % waren der Ansicht, dass man es gesehen haben muss.

Rekordergebnis für das Einstein Museum

1915 vollendete Albert Einstein die allgemeine Relativitätstheorie. Um dieses bahnbrechende Ereignis in seinem 100. Jubiläumsjahr gebührend zu würdigen und anlässlich des 500 000. Besuchers seit Eröffnung der Einstein-Ausstellung 2005 wurde 2015 das Einstein Museum verstärkt ins Blickfeld des einheimischen Publikums gerückt. Den Auftakt machte die Einladung zu «Eine Nacht mit Albert» am 10. April 2015, gefolgt von der «Einstein-Woche» vom 11. bis 19. April 2015 (vgl. dazu S. 9). Davon unabhängig zeigte der grosse Besucherzustrom in den Sommer- und Herbstmonaten, dass das Einstein Museum insbesondere für Touristen eine Attraktion in Bern ist: In diesem Jahr erzielte das Einstein Museum mit 29 465 Eintritten ein Rekordergebnis (+26 % gegenüber dem bisherigen Bestergebnis aus dem Jahr 2012).

Stark erhöhte Medienresonanz in Radio und Fernsehen

Das 100-jährige Jubiläum der allgemeinen Relativitätstheorie am 25. November 2015 veranlasste auch zahlreiche nationale und internationale Medienvertreter zu Besuchen und Berichten über das Einstein Museum. 49 Printbeiträge erschienen in der nationalen und internationalen Presse – mehr als doppelt so

viele wie im Vorjahr – und bemerkenswerte 5 Stunden 22 Minuten wurden dem Einstein Museum in Fernseh- und Radioberichten gewidmet (2014: 58 Min.). Durch diese Präsenz konnte das Bernische Historische Museum seine Reichweite in elektronischen Medien ausbauen: Insgesamt liefen während 8 Stunden 42 Minuten Fernseh- und Radioberichte über das Museum allgemein, über das Einstein Museum sowie über die Wechselausstellungen – gegenüber dem Vorjahr eine massive Steigerung um 266 % (2014: 3 Std. 36 Min.).

Ausbau der Online-Kommunikation

Auch die Resonanz im Internet hält an: So verzeichnete die Website des Museums gerade in diesem Jahr ohne grosse Wechselausstellung beachtliche 105 491 Aufrufe (2014, mit Wechselausstellung zu den Pfahlbauern: 130 015), wobei die verhältnismässig hohe Verweildauer von durchschnittlich dreieinhalb Minuten pro Aufruf positiv auffällt.

Um weitere Besucherinnen und Besucher online anzusprechen und zu einem Museumsbesuch zu motivieren, baut das Bernische Historische Museum seine Webpräsenz laufend aus: Über Social-Media-Kanäle werden die Online-User seit November 2012 regelmässig über Aktualitäten aus dem Museum und dessen Umfeld informiert.

Die Online-Kommunikation lebt aber nicht allein von der Aktualität, sondern ebenso stark von visuellen Botschaften. Das Bernische Historische Museum hat sich daher 2015 entschieden, seine Breite und Fülle an Objekten sowie Haus, Park und Verankerung im Berner Stadtbild neu auch über das bewegte Bild zu kommunizieren: Mit Kurzfilmen, die in komprimierter Form die Highlights des Bernischen Historischen Museums und des Einstein Museums zeigen und die über die Website und YouTube verbreitet werden. Die Museumsbeiträge genossen auf YouTube deutlich höheren Zuspruch als in den Vorjahren: Insgesamt wurden die Beiträge auf YouTube 32 109 Mal aufgerufen (2014: 24 555).