

Zeitschrift: Jahresbericht / Bernisches Historisches Museum
Herausgeber: Bernisches Historisches Museum
Band: - (2016)

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

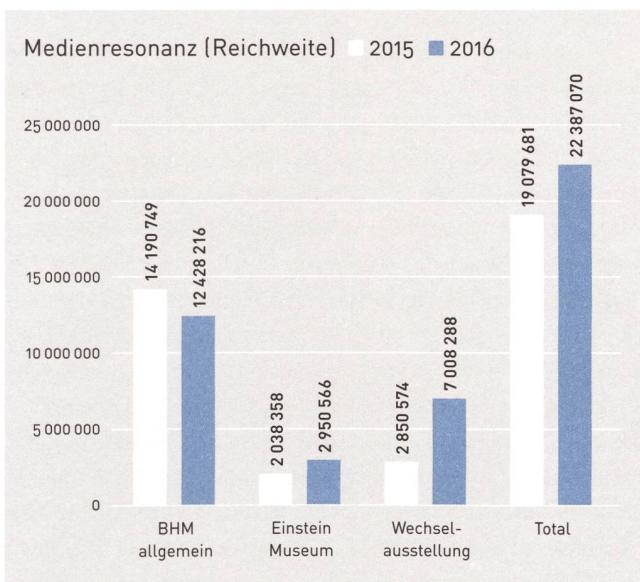
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media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

Download PDF: 19.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://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 «Golden 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.