

Medienmitteilung Mediapulse AG, Bern

Go für Mediapulse Online Data, Juni 2020

Grünes Licht für die Umsetzung der neuen Schweizer Online-Forschung

Bern, 23. Juni 2020 – Die Medienhäuser CH Media mit den Partnern NZZ Mediengruppe und Watson, Ringier, SRG SSR und TX Group haben das von Mediapulse erarbeitete Konzept für die neue Schweizer Online-Forschung gutgeheissen und die Anschubfinanzierung zugesichert. Die Umsetzung der Mediapulse Online Data kann somit beginnen.

Die Schweizer Medienbranche verlangt seit langem, eine zeitgemässe Nutzungsforschung der Onlinemedien und -kampagnen einzuführen und so eine Daten-Plattform für die gesamte Branche zu schaffen, welche auch der Konvergenz der Mediengattungen gerecht wird. Mit grosser Übereinstimmung hat der Markt Ende 2019 entschieden, die Schweizer Onlineforschung künftig der Mediapulse AG zu übertragen und damit auf Anfang 2021 die bisherige Forschung der NET-Metrix abzulösen.

Nun hat Mediapulse ein umfassendes Konzept für die neue Onlineforschung vorgelegt. Die Medienhäuser CH Media mit den Partnern NZZ Mediengruppe und Watson, Ringier, SRG SSR und TX Group haben dieses Konzept als methodisch fundiert und operativ im gegebenen Zeitrahmen umsetzbar erachtet. In diesem Sinne haben sie die nötige Anschubfinanzierung für die erste Phase zugesichert. Auch die Verbände SWA, LSA, IAB, IGEM und weitere stehen hinter dem Projekt. Damit hat der Schweizer Medienmarkt den Willen bewiesen, sich solidarisch zusammenzufinden und ein neues Forschungskapitel aufzuschlagen.

Mediapulse verantwortet als Branchenorganisation bereits die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen in der Schweiz. Darauf aufbauend kann Mediapulse Synergien in der Forschung generieren und damit kosteneffiziente Lösungen anbieten, ohne auf Qualität verzichten zu müssen. Mediapulse ist der Wissenschaftlichkeit und Unabhängigkeit verpflichtet und untersteht der Aufsicht des UVEK (BAKOM).

Mit Mediapulse Online Data erhalten die Schweizer Onlineanbieter die Möglichkeit, den Traffic und die Nutzerschaft ihrer Websites, Apps und Streams zu quantifizieren und nach inhaltlichen, technischen und personenbezogenen Merkmalen zu strukturieren. Diese Daten beruhen auf einer einheitlichen, verlässlichen und nachvollziehbaren Erhebungsmethode und bilden damit die Grundlage für Transparenz, Vergleichbarkeit und fairen Wettbewerb im Onlinemarkt der Schweiz. Zugleich ist das System zukunftsfähig und bietet auch die Möglichkeit, eine Kampagnenmessung aufzubauen.

Eine gemeinsame Forschung ist der erste Schritt für eine Stärkung des Schweizer Medienmarktes gegenüber internationalen Online-Giganten, die sich bis anhin einem transparenten Marktvergleich verweigern.

Am Mittwoch 1. Juli 2020 findet eine Online-Präsentation mit vielen Details zu Methodik und Vorteilen der Forschung statt. Die Anmeldemöglichkeit dazu findet man unter www.mediapulse.ch/online

Über die Mediapulse AG

Die Mediapulse AG verantwortet als unabhängige Forschungsorganisation die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen in der Schweiz. Moderne Systeme und konstante Innovationen sorgen dafür, dass auch die Veränderung der Nutzung audiovisueller Medien abgebildet werden kann. Diese Daten gelten als offizielle Währung und werden von den Sendern und Programmschaffenden, der Werbewirtschaft sowie Behörden und der Forschung genutzt. Im Verwaltungsrat der Mediapulse AG sowie im Stiftungsrat der Mediapulse Stiftung sind ein Grossteil des Marktes eingebunden. Weitere Informationen unter www.mediapulse.ch

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an:
Christian-Kumar Meier
Head of Marketing & Communications
Telefon: +41 58 356 47 08
E-Mail: christian-kumar.meier@mediapulse.ch