



Die neue Online-Forschung.

Mediapulse Online Data:

Transparenz und Vergleichbarkeit im Schweizer Online-Markt.

Um was es geht

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. Das Mandat diese Forschung zu konzeptionieren und umzusetzen erhielt die Mediapulse AG, die damit die bisherige Forschung der NET-Matrix ablösen wird.

Nun ist das Konzept erarbeitet und die Anschubfinanzierung für die ersten Phase wurde durch die Medienhäuser CH Media mit den Partnern NZZ Mediengruppe und Watson, Ringier, SRG SSR und TX Group zugesichert. Auch die Verbände SWA, LSA, IAB, IGEM und weitere stehen hinter dem Projekt. Damit hat der Schweizer Markt den Willen bewiesen, sich solidarisch zusammenzufinden und ein neues Forschungskapitel aufzuschlagen. Die Umsetzung kann beginnen.

Die Organisation

Die Mediapulse AG verantwortet als Branchenorganisation bereits die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen in der Schweiz. Somit 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).

Die Vision

- Schaffung einer Forschungs-Infrastruktur für die gesamte Schweizer Onlinebranche.
- Neutrale, unabhängige, wissenschaftliche und transparente Messung, die einen fairen Vergleich ermöglicht.
- Sichtbarmachung der Nutzung publizistischer Inhalte der Schweiz und der digitalen Werbekampagnen.
- Stärkung der Position der Schweizer Online-Medien gegenüber den US-Onlinegiganten.
- Garantierter Datenschutz durch Anwendung von Schweizer Standards.

Darum ist dieses Projekt für die Schweizer Branche unverzichtbar

- Die Mediennutzung im Onlinebereich nimmt zu. Um die Entwicklung von publizistisch hochwertigen Produkten zu ermöglichen und die Kontrolle und Bewertung der Onlineangebote für die Medien als auch für die Politik, Behörden und die Öffentlichkeit zu gewährleisten, braucht es eine verlässliche, transparente und vergleichbare Messung.
- Internationale Unternehmen wie Google, Amazon, Facebook und Apple (GAFA) expandieren immer stärker auf dem Schweizer Markt. Dadurch fließen Werbegelder in Milliardenhöhe ins Ausland. Diese Unternehmen verweigern sich bis jetzt einem transparenten Marktvergleich. Daher gilt es, den Schweizer Markt zu stärken.
- Das Projekt generiert damit nicht einfach Daten, sondern es wird eine Plattform für die Branche geschaffen.





Die Produkte

Mediapulse Content Data

Daten zur Nutzung von Websites, Apps und Streams, strukturiert nach inhaltlichen, technischen und personenbezogenen Merkmalen, die zur Bewertung und Entwicklung von Onlineangeboten inklusive Konkurrenzbeurteilung dienen. Medienübergreifende Auswertung der Nutzung (im ersten Schritt TV und Online).

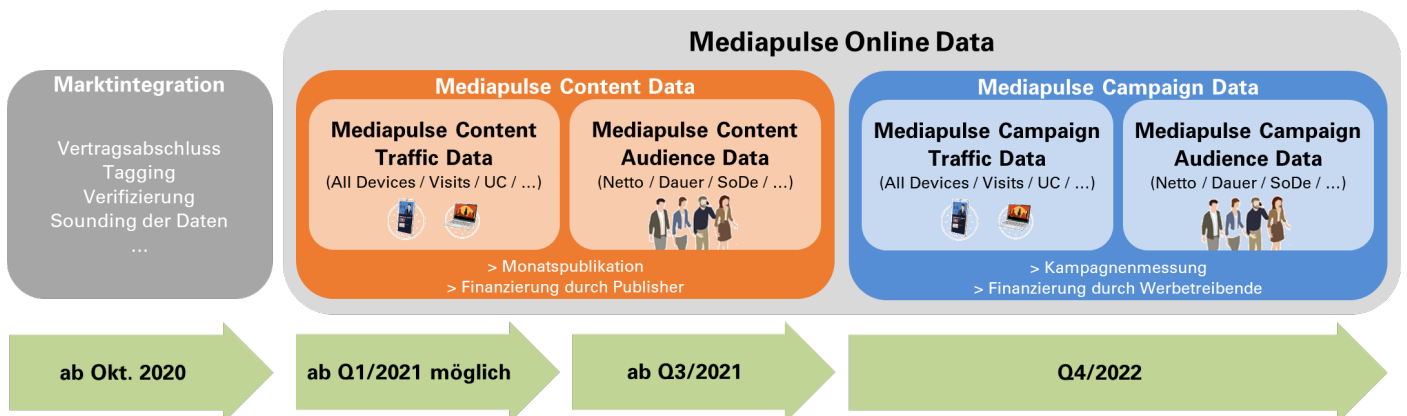
Mediapulse Campaign Data

Auslieferungsstatistik und Ermittlung der personenbezogenen Reichweiten von Online-Werbekampagnen, um deren Erfolg neutral und branchenübergreifend bewerten zu können.



Ein Vorteil der Mediapulse Online Data:
4-Screen-Analyse der Medien-Nutzung TV und Online auf Ebene Unique User

Die Roadmap für die Mediapulse Online Data:



Weitere Informationen

Besuchen Sie unsere Website, wo Sie eine Präsentation mit Hintergrundinformationen zur Methodik, zu den Produktdetails und zu den konkreten Vorteilen der neuen Mediapulse Online Data finden.

Möchten Sie mit Ihrem Angebot an der Online-Forschung partizipieren? Gerne sind wir für Sie da.

Kontakt

www.mediapulse.ch/online
vanessa.junod@mediapulse.ch