

Medienmitteilung Mediapulse AG, Bern

Mediapulse Online Data: Status Grün, Dezember 2020
zur sofortigen Veröffentlichung






Status Grün: Online-Forschung von Mediapulse auf Kurs.

Bern, 10. Dezember 2020 – Nach dem «Go» zur neuen Online-Forschung von Mediapulse im Juni 2020 hat die Umsetzung der Mediapulse Online Data begonnen. Die Arbeiten verlaufen dabei nach Plan: grosse Teile des Marktes haben ihre Teilnahme zugesichert, die Markt-Governance ist etabliert, der Panel-Ausbau und -Umbau hat den ersten Milestone erreicht, das Tagging ist gestartet und erste Angebote sind bereits vollständig und korrekt vertragt. Der geplante Launch von Mitte 2021 ist also immer noch das Ziel, abhängig nur von der Teilnahme des Marktes beim Tagging. Der Entscheid über das Erstpublikationsdatum fällt im ersten Quartal 2021 in Absprache mit den Kunden.

Die Arbeiten kommen gut voran.

Die Arbeiten an der neuen Forschung wurden unverzüglich aufgenommen und die ersten Schritte termingerecht umgesetzt. Das Team von Mediapulse mit den Partnern Kantar (Panel, Tagging) und ComScore (Tagging) zeigt dabei vollen Einsatz und kommt gut voran.

Mediapulse Online Data: Stand der Arbeiten

Massnahme	Situation	Status
Markt	Hohes Interesse und Teilnahmebereitschaft der Branche.	
Governance	Integration der Branche im Sounding Board sicher gestellt.	
Tagging	Tagging-Prozess etabliert, Tagging erfolgreich gestartet.	
Panel-Umbau und -Ausbau	Erster Milestone erfolgreich erreicht.	
Kampagnen-Forschung	Konzeption der künftigen Kampagnen-Forschung gestartet.	

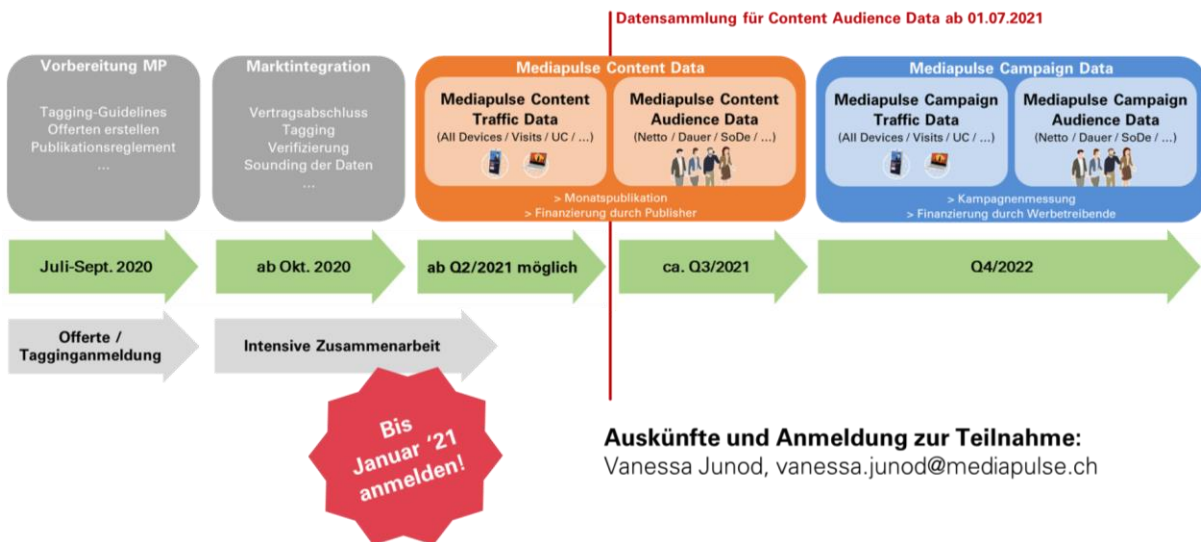
Der Markt ist dabei.

Ein Grossteil des Marktes hat sich bereits zur Teilnahme bereit erklärt. Allen voran die grössten vier Medienhäuser (CH Media mit den Partnern Watson und NZZ Gruppe, Ringier, SRG, TX Group) mit allen ihren Angeboten, insbesondere auch mit den jeweiligen Markets, die bei der bestehenden Forschung nicht mehr partizipiert haben. Daneben haben bereits ein Grossteil der bisherigen Kunden von NET-Metrix ihr Interesse bekundet, eine Offerte erhalten oder die Teilnahme zugesagt.

Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, sich anzumelden!

Zwar sind viele Arbeiten schon weit fortgeschritten. Aber es gibt weiterhin die Möglichkeit, bei der Erstpublikation der Mediapulse Online Data dabei zu sein. Wer bis Ende Januar 2021 mitmacht, ist immer noch früh genug, um das Tagging vorzunehmen, die Messung validieren zu lassen und damit bei der Erstpublikation der Audience Data mit dabei zu sein.

Mediapulse Online Data: Arbeitsschritte und Timing



Erstpublikationsdatum wird in Absprache mit dem Markt festgelegt.

Eine Publikation der Traffic Data (ehemals Audit) ist theoretisch ab dem zweiten Quartal 2021 möglich. Allerdings macht das nur Sinn, wenn auch ein substantieller Teil des Marktes bis dahin vertragt ist. Die Hauptverantwortung dafür liegt beim Markt, bei den Angeboten.

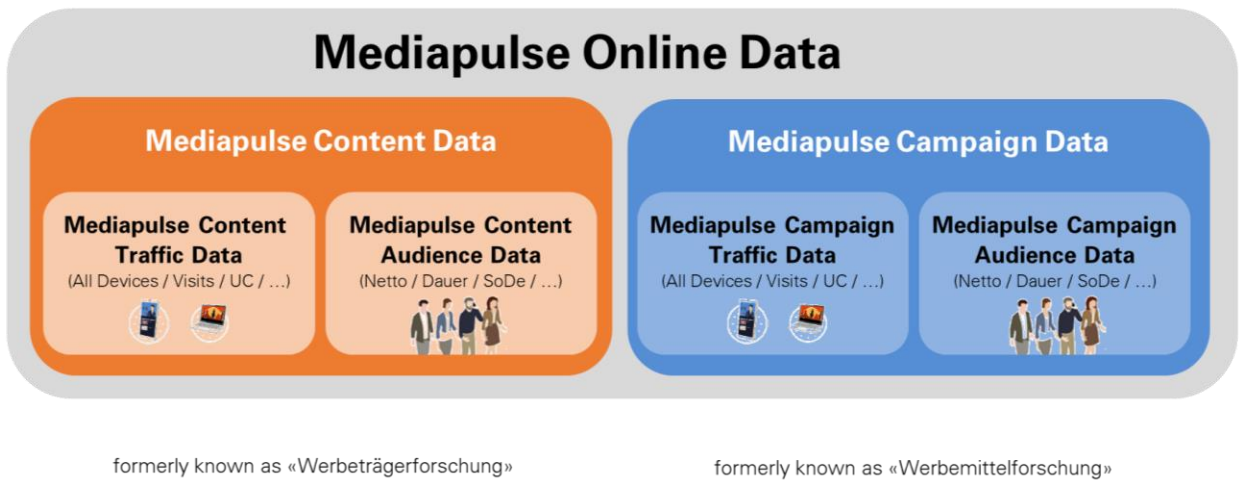
Die Publikation der Audience Data (ehemals Profile) ist theoretisch ab dem dritten Quartal 2021 möglich, aber auch diese ist abhängig vom Tagging-Fortschritt des Marktes. Diesem kommt also eine hohe Bedeutung zu.

Daher wird der definitive Entscheid zur Erstpublikation im ersten Quartal in Absprache mit dem Markt (vertreten im Sounding Board Mediapulse Online Data) gefällt.

Über die Mediapulse Online Data

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.

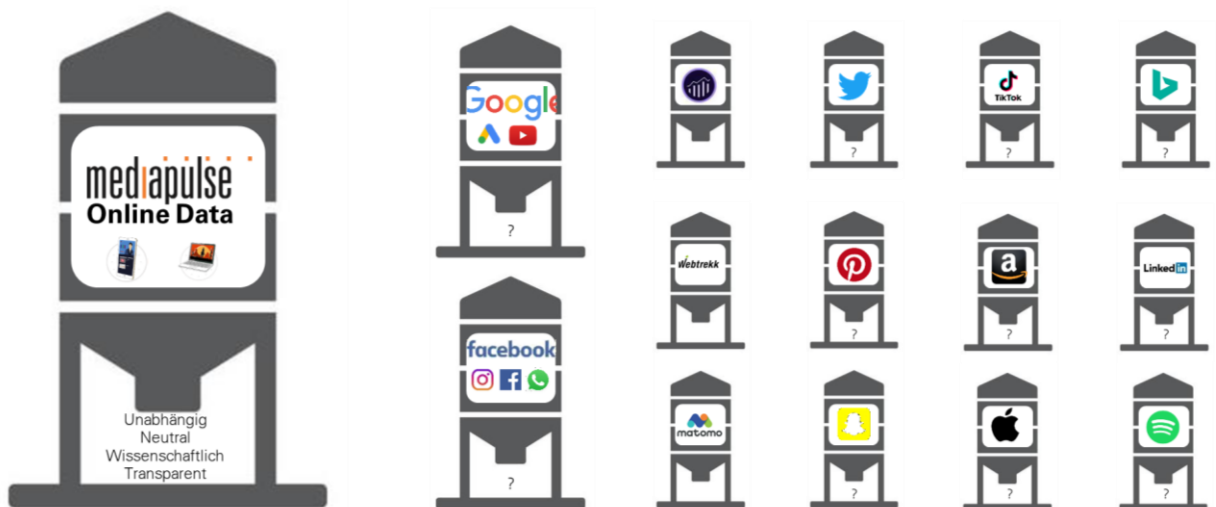
Die neue Online-Forschung: Produkt-Struktur und Namen.



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.

Die digitalen Ökosysteme – eine Welt voller Datensilos.

Wir stärken den Schweizer Markt und bieten Alternativen zu selbstdeklarierten Daten.



Über die Mediapulse AG

Mediapulse steht für Neutralität, Unabhängigkeit, Transparenz und Wissenschaftlichkeit in der Medienforschung. Als praxisnahes Unternehmen will Mediapulse mit innovativen Forschungsdienstleistungen und Datenprodukten den elektronischen Medien- und Werbemarkt Schweiz vorwärtsbringen.

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. In den Gremien der Mediapulse AG sowie im Stiftungsrat der Mediapulse Stiftung sind ein Grossteil des Marktes eingebunden. Mediapulse ist der Wissenschaftlichkeit und Unabhängigkeit verpflichtet und untersteht der Aufsicht des UVEK (BAKOM).

Weitere Informationen unter www.mediapulse.ch

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