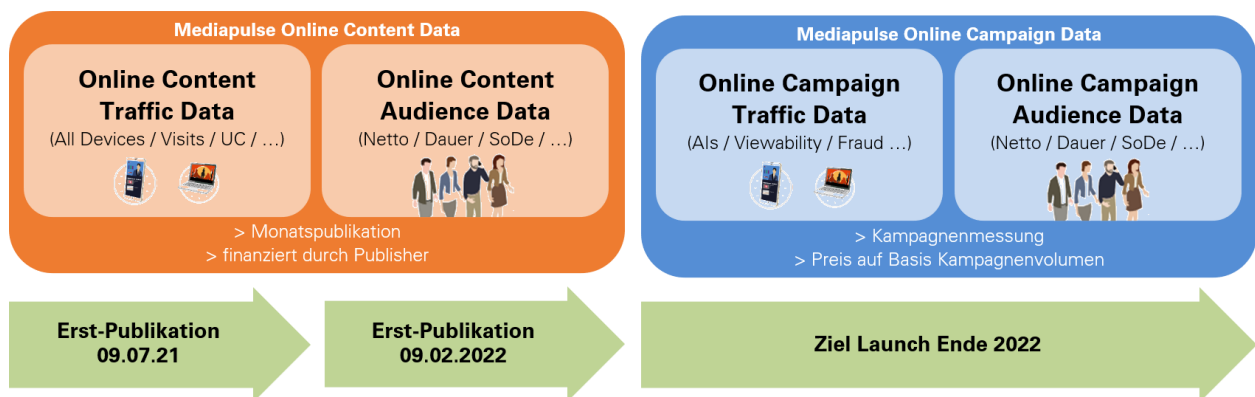


Mediapulse Online Data: Projekte auf Kurs und erste Zahlen in Sicht

Bern, 6. Mai 2021 – Mediapulse veröffentlicht im Juli nach nur einem Jahr Entwicklungszeit mit den Traffic-Zahlen erste Daten der Online Content Messung. Die Audience-Zahlen folgen Anfang 2022. Zudem konnte die Online-Kampagnen-Forschung gestartet werden.



Mediapulse Online-Forschung: ein komplett neues Studiendesign in nur einem Jahr umgesetzt

Nicht einmal ein Jahr nach dem Marktmandat zur neuen Onlineforschung sind erste Daten in Sicht. Für das erste Teilprojekt, die Online Content Data, kann die erste Publikation von Content Traffic Data am 9. Juli 2021 für die Messperiode ab Mai 2021 stattfinden. Diese Publikation umfasst alle Marktteilnehmer, die zu diesem Zeitpunkt bereits die Mess-Technologie implementiert und ihre Angebote (Websites und Apps) entsprechend vertragt haben (momentan über 40 Brands). Alle weiteren partizipierenden Angebote werden laufend in die darauffolgenden Publikationen integriert. Einsicht in die Traffic-Daten wird kostenlos unter www.mediapulse.ch möglich sein.

Die Publikation der ersten Content Audience Data ist für Anfang 2022 geplant. Bis dahin werden alle Umbau- und Ausbau-Arbeiten am Media Panel abgeschlossen sein, insbesondere die Rekrutierung der Haushalte, die über kein TV-Gerät verfügen. Die Einsicht in die Audience-Daten ist kostenpflichtig und nur mittels entsprechendem Tool-Zugriff möglich. Anfragen zu Daten- und Tool-Lizenz nimmt Vanessa Junod, Partner Relations Manager, gerne entgegen: vanessa.junod@mediapulse.ch.

Damit kann der ambitionierte Plan für die Content Audience Data vom Juni letzten Jahres nicht ganz eingehalten werden. Dennoch zeigt sich Dr. Tanja Hackenbruch, CEO von Mediapulse, äusserst zufrieden: *«Eine komplett neue Medienforschung aufzubauen, ist ein Kraftakt. Dass dies unserem Team mit den Partnern Kantar und Comscore in nur einem Jahr Entwicklungszeit gelungen ist, macht mich glücklich und stolz. Und ich bin dankbar, dass unsere Kunden ihre Angebote so kompetent und mit viel Einsatz vertaggen, ohne das wäre die Forschung nicht möglich.»*

Arbeiten an der Kampagnenforschung gestartet

Parallel zu den Arbeiten an der Online Content Forschung hat Mediapulse ein Detailkonzept zur Kampagnenforschung erarbeitet. Dieses ist nun in Arbeit und soll bis Ende 2022 umgesetzt sein.

Das Konzept wird in Zusammenarbeit mit den grössten Medienhäusern und im Austausch mit den Verbänden SWA (Werbeauftraggeber), LSA (Agenturen), IAB (Digitalwirtschaft) und IGEM (elektronische Medien) erarbeitet.

Im Herbst erfolgen zu diesem Projekt vertiefte Workshops mit interessierten Kundenkreisen. Interessenten dürfen sich gerne bei Vanessa Junod, Partner Relations Manager, melden: vanessa.junod@mediapulse.ch.

Über Mediapulse

Mediapulse verantwortet als unabhängige Branchenorganisation die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen sowie von Online-Angeboten in der Schweiz. Diese Daten gelten als offizielle Währung und werden von den Sendern und Programmschaffenden, der Werbewirtschaft sowie von Behörden und der Forschung genutzt.

Als praxisnahes Unternehmen will Mediapulse mit Forschungsdienstleistungen und Datenprodukten den elektronischen Medien- und Werbemarkt Schweiz vorwärtsbringen. Moderne Systeme und konstante Innovationen sorgen dafür, dass auch die Veränderung der Nutzung audiovisueller Medien abgebildet werden kann.

Mediapulse steht dabei für Neutralität, Unabhängigkeit, Transparenz und Wissenschaftlichkeit in der Medienforschung und untersteht der Aufsicht des UVEK (BAKOM). 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
christian-kumar.meier@mediapulse.ch
+41 58 356 47 08