

## **Mediapulse Online-Forschung: Neuer Zeitplan für die Online Content Audience Data mit Erstpublikation per Oktober 2022. Höhere Qualität für die Online Content Traffic Data ab 2022.**

**Das innovative Projekt der neuen Online-Forschung verzögert sich durch zusätzliche Arbeitsschritte, vor allem durch die priorisierte Integration der neuen First-Party-ID-Lösung im Tagging. Damit ist die öffentliche Publikation der Online Content Audience Data auf 10. Oktober 2022 geplant. Die Online Content Traffic Data werden wie gewohnt ausgeliefert, ab 2022 in optimierter Qualität.**

### **Neuer Zeitplan für die Online Content Audience Data mit öffentlicher Erstpublikation per Oktober 2022**

Die Umsetzung der Online Content Audience Data benötigt noch zusätzliche Arbeitsschritte. Dazu gehört insbesondere die Ergänzung des Taggings auf Seiten Publisher durch die neue Lösung auf Basis von First Party IDs (FPID). Damit kann die Online-Forschung Unabhängigkeit von den Entwicklungen im Browsermarkt gewinnen (Verschwinden der 3rd-Party-Cookies) und die Erhebungs-Basis auf eine zukunftsfähige Grundlage stellen.

Diese Arbeiten werden Zeit in Anspruch nehmen und dadurch verzögert sich die Auslieferung der Content Audience Data auf Juni 2022 (proprietäre Einsicht für Teilnehmer) respektive August (Marktsicht für Teilnehmer) und 10. Oktober 2022 (erste öffentliche Publikation). Dieser Zeitplan gilt für jene Teilnehmer, welche bis Ende März das First-Party-Tagging umgesetzt haben.

Durch die Online Content Audience Data werden umfassende Auswertungen zur Nutzerschaft von Websites, Apps möglich sein, die nach personenbezogenen Merkmalen strukturiert werden können.

### **Höhere Qualität für die Online Content Traffic Data ab 2022**

Die Content Traffic Data werden weiterhin wie gewohnt ausgeliefert. Damit verfügt der Schweizer Markt über eine einheitliche und damit über alle teilnehmenden Angebote hinweg vergleichbare Traffic-Messung.

Das heisst, dass Mediapulse basierend auf einer technischen Messung die Online-Nutzung von Websites und Apps ausweisen kann. Mediapulse verfolgt dabei Standards wie die strikte Einschränkung bei der Messung von Webviews (keine Doppelmessungen) oder das Prinzip, dass ausschliesslich nutzerinduzierte Events gemessen werden (automatisch geladene Inhalte sowie Bots werden nicht berücksichtigt) und sorgt dadurch für höchste Qualität, Vergleichbarkeit und Transparenz.

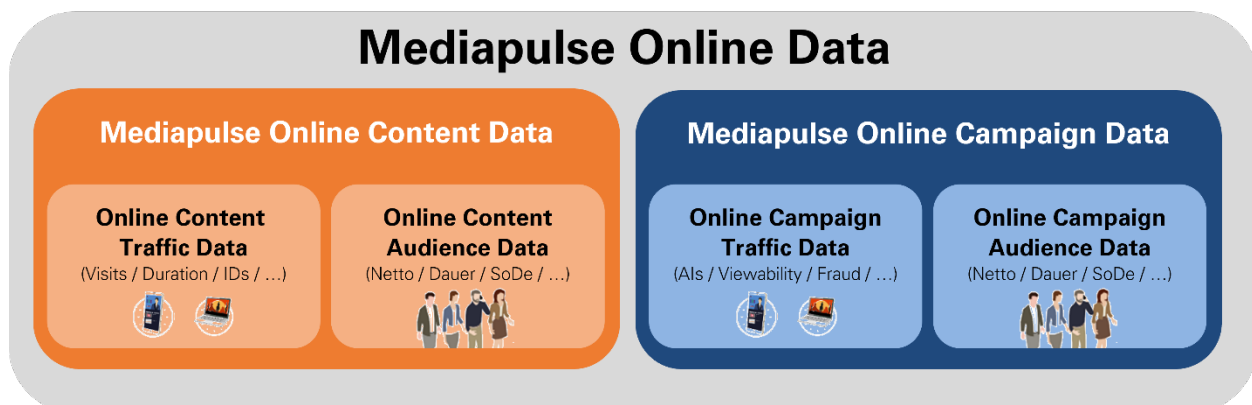
In diesem Sinne optimiert Mediapulse die Messung stetig weiter. Folgende Massnahmen werden ab 1. Januar 2022 umgesetzt und ab 9. Februar erstmals publiziert:

- Die Nutzungsdauer bei Apps wird neu mittels effektiv gemessener Vordergrundzeit ausgewiesen.
- Visits mit Duration = 0 werden nicht mehr akzeptiert und daher rausgefiltert (Ghost-Starts).
- Single Events bzw. letzte Interaktionen bei der Webseitennutzung erhalten eine Average Pageview Duration.

## Das sind die Mediapulse Online Data

Die neue Online-Forschung verfolgt erstmals für die Schweiz einen reinen messorientierten Ansatz. Damit sind keine Modellierungen und Schätzungen basierend auf Befragungen mehr in der Nutzungsforschung enthalten. Nach der erfolgreichen Lancierung der Content Traffic Data erfolgt die Publikation der Content Audience Data per Oktober 2022 verspätet, die Forschung bleibt aber weiterhin auf Kurs.

Als nächste Ausbaustufe läuft das Projekt «Mediapulse Online Campaign Data». Damit wird das Ziel verfolgt, eine einheitliche Messung von Online-Kampagnen umzusetzen und erstmals in der Onlinewelt nicht nur eine Auslieferungsstatistik zu erheben oder gerätebasierte Reichweiten auszuweisen, sondern den Menschen hinter der Maschine sichtbar zu machen.



## 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 finden Sie unter: [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch)

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an: **Christian-Kumar Meier**  
Head of Marketing & Communications  
[christian-kumar.meier@mediapulse.ch](mailto:christian-kumar.meier@mediapulse.ch)  
+41 58 356 47 08



Mediapulse AG

[info@mediapulse.ch](mailto:info@mediapulse.ch)  
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5  
3015 Bern

Badenerstrasse 15  
8004 Zürich