

Mediapulse startet Messung der Replay Ads

Bern, 24. August 2023 - Mediapulse erweitert den Umfang der von ihr verantworteten Fernsehforschung und erfasst seit Anfang Juli 2023 neu auch die Reichweiten der so genannten Replay Ads. Die Messung dieser entkoppelten TV-Ads erfolgt innerhalb des bestehenden TV-Messsystems und orientiert sich an den etablierten Erhebungsstandards der TV-Forschung. Mit dieser methodischen Innovation schafft Mediapulse eine wichtige Voraussetzung für die Beurteilung, die Vergleichbarkeit und die Akzeptanz der neuen TV-Werbeformen.

Die Entwicklung der Replay Ad Messung erfolgte in enger Zusammenarbeit von Mediapulse mit den beteiligten TV-Sendern und Vermarktern und orientierte sich an zwei zentralen Zielsetzungen:

- Die repräsentative Erfassung aller Replay Ad Kontakte und deren Aggregation auf die etablierten Kampagnen-Kennwerte Nettoreichweite, Kontakthäufigkeit und Kontaktdauer.
- Die Kombinierbarkeit der Replay Ad Messung und der Messung von herkömmlichen TV-Werbeblöcken auf Netto-Ebene mit dem Ziel eines konvergenten Kampagnenreportings über alte und neue Werbeformen hinweg.

Die Messung der Replay Ads setzt auf dem hybriden Messsystem (Hi-Res TV) auf, mit dem Mediapulse seit Sommer 2022 die offiziellen Nutzungsdaten für den Schweizer TV-Markt bereitstellt. Um die Replay Ad Kontakte innerhalb dieses Messsystems erfassen zu können, wurden zwei weitere Messebenen integriert:

- Die Messung der Replay Ad Kontakte innerhalb des von Kantar betriebenen TV-Messpanels auf Basis der Watermarking-Technologie.
- Die Zählung der Replay Ad Kontakte innerhalb des von Mediapulse betriebenen virtuellen Settop-Box-Panel auf Basis der Auslieferungsdaten der Replay Ad Plattform (RAP).

Mit diesem integrierten Ansatz können seit Anfang Juli 2023 die Bewegtbildwerbeformen Start Ads und Fast Forward Ads gemessen werden. Für die vollständige Erfassung der so genannten Pause Ad bedarf es dagegen noch einer methodischen Weiterentwicklung, weshalb die Leistungswerte dieser statischen Werbeform erst zu einem späteren Zeitpunkt verfügbar sein werden.

Die bereits erfassten Replay Ad Daten werden von Mediapulse an das Planungs- und Reportingtool der AGFS (EvoAd) geliefert, wo sie einzeln oder in Kombination mit den Daten von herkömmlichen TV-Kampagnen ausgewertet werden können. Genauere Informationen zum Datenzugang können bei der AGFS angefragt werden. Detailliertere Angaben zum methodischen Design der Replay Ad Messung finden sich im [Methodischen Steckbrief](#).

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

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an: **Richard Blatter**
Sr. Partner Relations Manager
Richard.blatter@mediapulse.ch
+41 58 356 47 60



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich