

Weltpremiere in der TV-Forschung: Einführung von Hi-Res TV Boost Data per 1. Juli 2022 beschlossen

Bern, 2. November 2021 – Der Verwaltungsrat der Mediapulse AG hat einstimmig beschlossen, die Hi-Res TV Boost Data per 1. Juli 2022 einzuführen. Dann wechselt die TV-Nutzungsforschung der Schweiz auf ein hybrides TV-Mess-System, bei dem die bestehende Panelforschung mit den Daten von digitalen Set-Top-Boxen angereichert wird. Ein mehrjähriges Weiterentwicklungsprojekt der TV-Forschung kommt damit auf die Schlussgerade und schreibt Forschungsgeschichte: das gab es noch nie.

Gestern Montag, 1. November 2021 hat der Verwaltungsrat der Mediapulse AG einstimmig beschlossen, die Hi-Res TV Boost Data einzuführen. Per 1. Juli 2022 wechselt damit die TV-Nutzungsforschung der Schweiz auf ein hybrides Mess-System, bei dem die bestehende Panelforschung mit den Daten von digitalen Set-Top-Boxen angereichert wird. Damit ist das mehrjährige Weiterentwicklungsprojekt der TV-Forschung auf der Schlussgeraden und schreibt Forschungsgeschichte: das gab es noch nie.

Dem Verwaltungsratsentscheid ging eine Daten-Evaluationsphase voraus, in der Mediapulse, die Sender und Vermarkter der Schweiz die neuen Daten intensiv geprüft haben. Diese Evaluation hat gezeigt, dass das Produkt marktreif ist, die Produktion läuft und die Methodik die erwarteten Effekte erzielt. Allerdings finden es sowohl Mediapulse wie auch der Markt richtig, die Belastungstests zu vertiefen, um alle Eventualitäten abgedeckt zu haben. Mirko Marr, Head of Research Mediapulse, meint zu den Arbeiten der nächsten Monate: «Wir bedanken uns bei allen Marktpartnern, die bei den Belastungstests mitgearbeitet haben und es weiter tun. Wir sind auf diese Unterstützung angewiesen. Es gibt noch einiges zu tun. Zwar sehen wir, dass das Produkt den hohen Ansprüchen gerecht werden kann. Aber es geht schliesslich um eine Ergänzung zur TV-Währung, da sind wir zur Gründlichkeit verpflichtet.»

In der nun kommenden Lern- und Übungsphase wird der Markt bereits mit Daten versorgt werden, damit per 1. Juli 2022 die Umstellung nahtlos stattfinden kann. Nach wie vor stehen bis dahin und auch nach der Einführung von Hi-Res TV Boost Data die Daten aus der bisherigen TV-Forschung, die Mediapulse TV-Panel Data, dem Markt zur Verfügung.

Die Idee, mit Set-Top-Box-Daten eine TV-Forschung zu ergänzen, wird in verschiedenen Ländern verfolgt. Nun ist dieser hybride Messansatz erstmals nicht nur gelungen, sondern wird als Weltpremiere auch erstmals mit Währungsstatus eingeführt.

Tanja Hackenbruch, CEO Mediapulse zeigt sich darüber hoch erfreut: «Ich bin sehr stolz, dass wir nach langer, harter Arbeit jetzt Forschungsgeschichte schreiben können. Dass so viele verschiedene Marktteilnehmer zusammengespannt haben, ist beispiellos. Damit haben wir als Brückenbauerin eine integrative Kraft erzeugen können und Innovation möglich gemacht. Das macht mich glücklich und ich danke allen Beteiligten herzlich.»

Über Hi-Res TV

Das Projekt Hi-Res TV Audience Measurement hat das Ziel, die Granularität der TV-Nutzungs-Daten zu erhöhen. Das heisst, damit soll kein neues Bild gezeichnet werden, sondern die Auflösung erhöht werden. Die Vorteile sind in erster Linie zweierlei: Zum einen kann damit die Menge der sogenannten «Nuller-Blöcke» reduziert werden, also Werbeblöcke deren Nutzung so gering ist, dass sie von der bisherigen Panel-Forschung nicht abgebildet werden kann. Zum anderen stehen mit den granularen Nutzungsdaten auch kleinen Sendern detaillierte Nutzungsverläufe als Analysebasis für die Programmplanung zur Verfügung.

Die Basis des Projekts sind Daten aus 200'000 Set-Top-Boxen von Swisscom und UPC. Die entsprechenden Set-Top-Boxen werden als Zufalls-Stichprobe gezogen und laufend erneuert. Diese Daten bieten ein sekundengenaues Bild der Nutzung der 200'000 Haushalte, womit sich ein enormer Datenschatz auftut. Dies ist die Hi-Res TV Datenplattform.

Die Personen hinter der Nutzung dieser Set-Top-Box-Haushalte sind hingegen aus Datenschutzgründen nicht bekannt. Für diese Informationen kommen Angaben aus dem Mediapulse Media Panel zur Anwendung. Daraus können sogenannte virtuelle Panelisten generiert werden, im Moment sind das rund 15'000. Damit verfügt Mediapulse über ein Panel aus rund 20'000 realen und virtuellen Panelisten, was auch kleinste Nutzungsevents messbar macht. Dies sind die Hi-Res TV Boost Data.

Die Entwicklung des Mediapulse-eigenen Modells wurde möglich durch die exzellente Zusammenarbeit mit den Datenlieferanten Swisscom und UPC, dem Datendienstleister Genistat, welcher für Modellierung und Programmierung verantwortlich zeichnet, sowie dem BAKOM, welches das Projekt unterstützt.

Hi-Res TV Boost Data als Antwort auf die Fragmentierung im TV.

Hybrides Mess-System: «Die Vorteile beider Welten kombinieren!»



© Mediapulse AG, 2021

Ergänzung Hi-Res TV Boost Data zu den TV Panel Data.

	TV Panel Data	Hi-Res TV Boost Data
Scope	Lineare und zeitversetzte Nutzung der von Kantar referenzierten TV-Sender, segmentiert nach relevanten Nutzermerkmalen und inhaltlich aufgeschlüsselt gemäss verfügbaren Sendeprotokollen	
Universum	Sprachassimierte Wohnbevölkerung ab 3 Jahren in Privathaushalten mit mindestens einem TV-Gerät	
Stichprobengrösse	~4'500	~20'000*
Stichprobenstruktur	~4'500 rekrutierte Panelisten	~4'500 rekrutierte und etwa ~15'000 virtuelle Panelisten
Nutzungsmessung	Audio Matching	Audio Matching und Abrufdaten
Nutzerinformationen	Befragung	Befragung und Imputation**
Datenverfügbarkeit	Ab Folgetag nach Broadcasting	Ab 7 Tagen nach Broadcasting***
Analysetool	Instar Analytics	

* Einschränkung der möglichen Stichprobengrösse wegen Verarbeitungskapazität der Um-Systeme

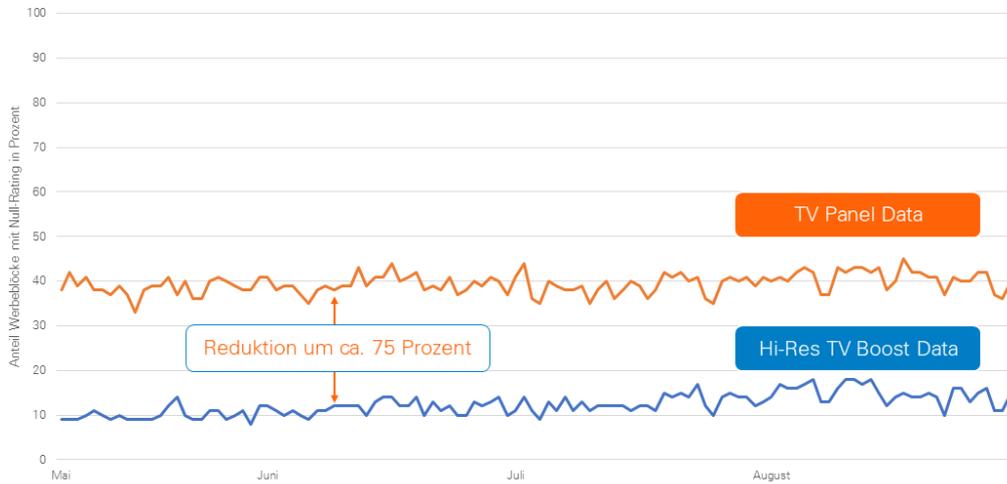
** Imputation: Zuschreibung von Personenmerkmalen auf virtuelle Panelisten (etabliertes Verfahren in den Sozialwissenschaften; vgl. Imputation der Gäste- oder Kindernutzung im deutschen TV-Panel)

*** Bedingt v. a. durch Verzögerung der Settop-Box Datenlieferung

© Mediapulse AG, 2021

Hi-Res TV Boost Data: Vorteile für den Werbemarkt.

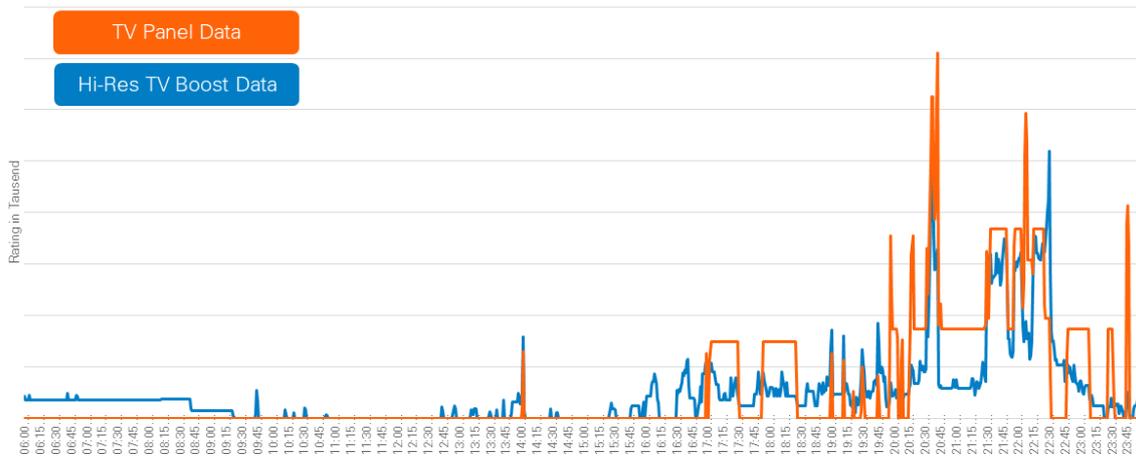
Reduktion der Werbeblöcke mit Rating = Null



© Mediapulse AG, 2021 | Schweiz, Personen 3+, Whole Day, Overnight+7, Mai – August 2021

Hi-Res TV Boost Data: Vorteile für Longtail Sender.

Programmanalysen im Tagesverlauf: Aus Stufen werden Kurven



© Mediapulse AG, 2021 | Longtail Sender, DS, 15-49, 06:00-24:00, 7. Mai 2021, Minutenwerte, ON +7.

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, den Publishern, 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: **Christian-Kumar Meier**
Head of Marketing
christian-kumar.meier@mediapulse.ch
+41 58 356 47 08



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich