



# mediapulse

**Geschäftsbericht 2017**



Mediapulse  
Stiftung für Medienforschung  
Fondation pour la recherche sur les médias  
Fondazione per la ricerca sui media  
Fundaziun per la perscrutaziun da las medias  
Foundation for media research

## Unternehmensprofil

---

Die Mediapulse AG verantwortet als unabhängige Forschungsorganisation die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen in der Schweiz. Diese Nutzungsdaten dienen einerseits den Sendern und Programmschaffenden zur quantitativen und qualitativen Beurteilung und Weiterentwicklung von Programminhalten und andererseits der Werbewirtschaft zur Planung und Bewertung von Werbeleistungen.

Die Mediapulse AG erfüllt damit den gesetzlichen Forschungsauftrag (Art. 78-81 RTVG) der Mediapulse Stiftung, welche die AG kontrolliert. Die Stiftung ihrerseits untersteht der Aufsicht des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK), das auch die Mitglieder des Stiftungsrats wählt.

Der Stiftungsrat setzt sich zusammen aus dem Präsidenten sowie 18 Mitgliedern, welche die drei Interessenskreise SRG SSR, private Schweizer Anbieter sowie Werbe-Auftraggeber bzw. Agenturen paritätisch vertreten. Der Präsident des Stiftungsrats ist zugleich Präsident des Verwaltungsrats der Mediapulse AG. Im Verwaltungsrat sind die vorgenannten drei Interessenskreise mit jeweils zwei Sitzen vertreten.

Die operative Führung der Mediapulse AG nimmt eine zweiköpfige Geschäftsleitung wahr, bestehend aus CEO und Forschungsleiter (Stv. CEO). Die Geschäftsleitung wird von drei weiteren Gremien unterstützt:

- Die Medienwissenschaftliche Kommission (MWK) wacht im Auftrag des Verwaltungsrats über die Qualität der angewandten Forschungsmethoden und ihrer Ergebnisse und verfasst dazu ein jährliches Set von Audit-Berichten.
- Die Forschungskommission (FK) steht der Geschäftsleitung als beratendes Fachgremium für wissenschaftliche Belange der Nutzungsforschung zur Seite.
- Die User Commission (UC) fungiert als «Sounding Board», in dem die Mediapulse-Kunden Bedürfnisse und Anliegen des Radio- und TV-Markts platzieren und im Dialog mit der Geschäftsleitung Empfehlungen formulieren können.

Die aktuelle Besetzung aller genannten Gremien wird laufend auf [mediapulse.ch](http://mediapulse.ch) publiziert.

Als Organisation für angewandte Medienforschung und Partner der Werbewirtschaft ist Mediapulse in diversen nationalen und internationalen Netzwerken vertreten:

- Förderverein Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Bern (fkmb)
- Interessengemeinschaft Elektronische Medien (IGEM)
- Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM)
- Schweizerische Gesellschaft für Marketing (GfM)
- Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung (vsms)
- European Media Research Organisation (EMRO)
- European Society for Opinion and Market Research (ESOMAR)
- International Association of Joint Industry Committees for Media Research (I-JIC)

## Geschäftstätigkeit

---

Das Geschäftsjahr 2017 von Mediapulse war geprägt von der Ausarbeitung einer neuen Unternehmensstrategie, der Konsolidierung der bestehenden Strategie für die Weiterentwicklung der TV-Forschung sowie der Vorbereitung des Währungswechsels in der Radio-Forschung.

### Neue Unternehmensstrategie

Im Sommer 2017 unterzogen Verwaltungsrat und Geschäftsleitung die Mediapulse AG einer strategischen Review, analysierten ihre aktuelle Situation sowie die künftigen Herausforderungen der Mediennutzungsforschung und legten davon ausgehend die Unternehmensstrategie neu fest: Die Mediapulse AG soll als Branchenorganisation unter Einhaltung des gesetzlichen Auftrags der Stiftung valide, anbieterneutrale und bedarfsgerechte Nutzungsdaten bereitstellen, welche vom audio- und audiovisuellen Medienmarkt der Schweiz nachhaltig als Goldstandard und gemeinsame Währung akzeptiert werden. Eine zentrale Voraussetzung dafür ist die permanente innovative Weiterentwicklung der bestehenden Forschungssysteme, damit diese mit den dynamischen Veränderungen der Mediennutzung Schritt halten.

### Konsolidierung der TV-Forschungsstrategie

Die bestehende Strategie für die Weiterentwicklung der TV-Forschung wurde im Lichte der neuen Unternehmensstrategie einer Konsolidierung unterzogen, welche es möglich machte, die vielfältigen Erwartungen an die künftige Forschung auf zwei zentrale Zielsetzungen zu reduzieren. Dabei geht es zum einen um die Erhöhung der Messgranularität, damit die zunehmende Fragmentierung der TV-Nutzung stabil abgebildet werden kann. Zum anderen gilt es Messlösungen zu entwickeln, die es erlauben, den wachsenden Anteil der Bewegtbild-Nutzung jenseits der klassischen TV-Geräte zu erfassen und damit nicht nur eine relevante Messlücke in der heutigen TV-Forschung zu schliessen, sondern auch dem Anspruch der vektorneutralen Nutzungsmessung gerecht zu werden.

Für die Umsetzung dieser beiden Zielsetzungen hat Mediapulse zwei Weiterentwicklungsprojekte aufgesetzt. Im Projekt «Granularität» wurden 2017 zunächst verschiedene Lösungsoptionen definiert und mit Datenmodellen pilotweise simuliert. Auf dieser Basis kann nun in Rücksprache mit dem Markt die vorteilhafteste Umsetzungsoption ausgewählt und im Laufe des Jahres 2018 in ein operatives Folgeprojekt überführt werden. Im Projekt «Messlücke» wurde die Umsetzung auf Basis eines zweistufigen Ansatzes bereits in Angriff genommen. Stufe 1 sorgt für die Erfassung der Bewegtbild-Nutzung über den Online-Vektor, und zwar so, dass die Online-Nutzungsdaten der Struktur der bestehenden TV-Nutzungsdaten entsprechen. Realisiert wird diese Datenerhebung im Rahmen einer neuen Schweizer Online-Forschung, welche seit 2016 unter dem Projekttitel «Swiss Media Data Hub» (SMDH) unter dem Dach der NET-Matrix AG und mit massgeblicher Beteiligung von Mediapulse und der WEMF AG für Werbemedienforschung entwickelt wird. Auf Stufe 2 geht es dann um die Integration der strukturgleichen Spenderdaten aus der SMDH-Online-Forschung in die TV-Währung der Mediapulse. Hierfür hat Mediapulse im Geschäftsjahr 2017 die möglichen Ansätze einer solchen Datenintegration systematisiert und eine erste Beurteilung der Umsetzbarkeit vorgenommen.

### Neue Radio-Forschung

Das operative Geschäft im Jahr 2017 war geprägt von der Vorbereitung der Einführung einer neuen Schweizer Radio-Nutzungsforschung zum 1. Januar 2018. Dies beinhaltete den Aufbau und parallelen Testbetrieb des neuen Messsystems im zweiten Halbjahr 2017, den Abschluss der Vertragsverhandlungen mit dem Forschungsdienstleister sowie den intensiven Austausch mit der Radiobranche als Voraussetzung für die Akzeptanz der künftigen Nutzungsdaten aus dem neuen Forschungssystem.

## Finanzielle Berichterstattung

### Mediapulse AG

Erfolgsrechnung	in TCHF 1'000	2017	2016
Gesamtertrag		20'124	19'950
Produktionsaufwand		-13'742	-13'450
Betriebsaufwand und Personalaufwand		-6'102	-6'247
<b>EBITDA</b>		<b>280</b>	<b>253</b>
Beiträge Eidgenossenschaft minus Abschreibungen		28	-24
<b>EBIT</b>		<b>308</b>	<b>229</b>
Finanz- und ausserordentliches Ergebnis		-1	209
<b>Unternehmensergebnis</b>		<b>307</b>	<b>438</b>

  

Bilanz	in TCHF 1'000	2017	2016
<b>Total Aktiven</b>		<b>11'638</b>	<b>10'964</b>
Umlaufvermögen		7'717	7'606
Anlagevermögen		3'921	3'359
<b>Total Passiven</b>		<b>11'638</b>	<b>10'964</b>
Kurzfristiges Fremdkapital		2'367	2'425
Langfristiges Fremdkapital		3'997	3'572
Eigenkapital		5'274	4'967

Bei der Mediapulse AG wurde wie in den Vorjahren eine freiwillige ordentliche Revision durchgeführt.

Die AG erzielte im Geschäftsjahr 2017 einen Gewinn von TCHF 307 bei einem Gesamtertrag von TCHF 20'124 (2016: Gewinn TCHF 438 bei Gesamtertrag TCHF 19'950). Das operative Ergebnis war besser als im Vorjahr, u.a. aufgrund einer ansprechenden Performance der «alten» Radio-Forschung im letzten Betriebsjahr vor Einführung von ExplorRadio. Im ausserordentlichen Ergebnis fiel dagegen ein Sonderfaktor aus dem Vorjahr weg, weswegen es sich fast auf null reduzierte, was das schlechtere Gesamtergebnis zur Folge hatte.

Die Bilanz der AG zum 31.12.2017 zeigt im Jahresvergleich stark reduzierte flüssige Mittel. Dies war einerseits eine Folge der grossen ExplorRadio-Investitionen und andererseits eine Massnahme zur Vermeidung von Negativzinsen. Die tatsächliche Liquidität der AG war/ist deutlich höher als ausgewiesen, da beim BAKOM bewilligte, aber noch nicht bezogene Beiträge der Eidgenossenschaft zur Verfügung stehen, welche bei Bedarf kurzfristig abgerufen werden können. Die Reduktion der flüssigen Mittel hatte entsprechend höhere aktive Rechnungsabgrenzungen zur Folge, womit das Umlaufvermögen insgesamt nahezu unverändert blieb.

## Mediapulse Stiftung

<b>Erfolgsrechnung</b>	<b>in TCHF 1'000</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Gesamtertrag		5'537	2'539
Produktionsaufwand		-5'417	-2'379
Betriebsaufwand		-70	-89
<b>EBIT</b>		<b>50</b>	<b>71</b>
Finanz- und ausserordentliches Ergebnis		9	19
<b>Unternehmensergebnis</b>		<b>59</b>	<b>90</b>

  

<b>Bilanz</b>	<b>in TCHF 1'000</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>
<b>Total Aktiven</b>		<b>9'283</b>	<b>3'831</b>
Umlaufvermögen		7'033	1'581
Anlagevermögen		2'250	2'250
<b>Total Passiven</b>		<b>9'283</b>	<b>3'831</b>
Kurzfristiges Fremdkapital		6'174	782
Eigenkapital		3'109	3'049

Bei der Mediapulse Stiftung wurde wie in den Vorjahren eine obligatorische eingeschränkte Revision durchgeführt.

Die Stiftung erzielte im Geschäftsjahr 2017 einen Gewinn von TCHF 59 bei einem Gesamtertrag von TCHF 5'537 (2016: Gewinn TCHF 90 bei Gesamtertrag TCHF 2'539). Der im Vergleich zum Vorjahr deutlich höhere Gesamtertrag beinhaltet vom BAKOM erhaltene Beiträge an die neue Radio-Forschung ExplorRadio von TCHF 5'417, welche umgehend an die AG weitergereicht wurden (in der Erfolgsrechnung der Stiftung gezeigt als Produktionsaufwand in gleicher Höhe). Der geringere Gewinn resultierte aus einem tieferen Ertrag aus an die AG vergebenen Namensrechten (minus TCHF 40) und tieferem ausserordentlichem Ertrag (minus TCHF 10) bei ebenfalls reduziertem Betriebsaufwand (minus TCHF 19).

Die Bilanz der Stiftung verzeichnet die erwarteten Zahlungseingänge vom BAKOM und deren geplante Weiterleitung an die AG laufend in Form von aktiven und passiven Rechnungsabgrenzungen. Diese lagen per 31.12.2017 weit höher als ein Jahr zuvor (aktiv 31.12.2017: TCHF 6'077; 31.12.2016: TCHF 823). Die erhöhte Bilanzsumme führte rechnerisch zu einer reduzierten Eigenkapitalbasis und -rentabilität; deren Fluktuation ist aber ausschliesslich dem BAKOM-Finanzierungsmechanismus geschuldet und somit unbedenklich. Die Eigenkapital- und Liquiditätssituation der Stiftung ist stabil.

Bern, den 18. Mai 2018

Dr. Tanja Hackenbruch, CEO