

Big Screen Data – Mediapulse bündelt ihre Daten zur Verbreitung und Nutzung von TV-Geräten

Bern, März 2025 – Begriffe wie Smart TV, Connected TV oder Big Screen verweisen auf Erwartungen an einen grundsätzlichen Funktionswandel des herkömmlichen TV-Gerätes (Fernseher). Vor dem Hintergrund dieser Erwartungen bündelt Mediapulse die im Rahmen der TV-Forschung erhobenen Daten zur Verbreitung und zur Nutzung von TV-Geräten und stellt erste Befunde für das abgelaufene Jahr 2024 in einem Report zur Verfügung.

Nachdem sich die Aufmerksamkeit des Medien- und Werbemarktes lange Zeit auf die mobilen Endgeräte der medialen Kommunikation gerichtet hat, rückt spätestens seit der Corona-Pandemie das klassische TV-Gerät wieder verstärkt in den Fokus. Damit verbunden sind implizite oder explizite Erwartungen an einen Relevanzgewinn und an einen Funktionswandel vom traditionellen Empfangsgerät für TV-Programme hin zum vielseitigen User Interface oder zur omnipotenten Multimedia-Schaltzentrale in den heimischen vier Wänden. Unter dem Sammelbegriff der «Big Screen Data» stellt Mediapulse künftig empirische Forschungsbefunde bereit, mit denen beurteilt werden kann, inwiefern sich diese Erwartungen tatsächlich und unter den spezifischen Bedingungen der Schweiz materialisieren.

Als Basis der «Big Screen Data» dienen bis auf weiteres zwei verschiedene Datenquellen:

- Angaben zur Verbreitung der Big Screens in den Privathaushalten der Schweiz liefert der Mediapulse Establishment Survey, eine Befragung von jährlich 12'000 Haushalten, mit der seit 2008 die technische Ausstattung Schweizer Haushalte für den Empfang und die Nutzung von TV- und Radioprogrammen erhoben wird.
- Informationen zu den am Big Screen genutzten Inhalten liefert das von Kantar Media Switzerland im Auftrag von Mediapulse betriebene TV-Messpanel, auf dessen Basis seit 2013 die Nutzung von TV-Inhalten (Mediapulse TV Data) und seit 2021 die Nutzung von Non-TV-Angeboten (Mediapulse Streaming Data) laufend und sekundengenau erhoben werden.

Die Bereitstellung der «Big Screen Data» startet mit einem Standardreport zur Verbreitung und Nutzung von Big Screens im Jahr 2024, der gratis auf der [Mediapulse Website](#) abgerufen werden kann. Dieser Report wird jährlich aktualisiert und jeweils im ersten Quartal publiziert. Darüber hinaus prüft Mediapulse derzeit weitere Optionen der Datenbereitstellung, die zum einen Trendbeobachtungen im Langzeitvergleich und zum anderen die Aufschlüsselung der wichtigsten Indikatoren nach verschiedenen Zielgruppenvariablen erlauben.

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 ist ein Grossteil des Marktes eingebunden.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.mediapulse.ch

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an:

Isabelle Waser

Head of Marketing & Communications

isabelle.waser@mediapulse.ch

+41 58 356 47 30



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich