

Publikations- und Kennzeichnungsreglement TV Data

Das Publikations- und Kennzeichnungsreglement regelt für den Fall der Publikation der TV-Daten (im Folgenden «die Daten») den einheitlichen Umgang sowie die Kennzeichnung dieser Daten, an die sich alle Marktteilnehmer, Datenbezieher und Mediapulse (im Folgenden «die Parteien») zu halten haben. Es hat Gültigkeit per 1. Februar 2026 und ersetzt das Reglement vom Juni 2024.

Dieses Reglement soll gewährleisten, dass die Daten nachvollziehbar und korrekt publiziert werden. Die Währung, auf die sich alle Marktteilnehmer und Datenbezieher stützen, soll geschützt werden und keinen Schaden auf Grund von Missverständnissen, Falschaussagen oder Missbrauch nehmen. Auch wenn der Markt aus Konkurrenten besteht, sollen in der Währungsforschung faire, für alle Datenbezieher verbindliche Regeln gelten.

Die von Mediapulse an den Markt gelieferten Daten haben Währungsanspruch. Die Daten zeichnen sich dadurch aus, dass sie unabhängig erhoben werden, mit wissenschaftlicher, nachvollziehbarer und transparenter Methodik und unter Berücksichtigung der Marktgerechtigkeit, aber auch der Finanzierbarkeit. Damit die Daten auch als Standard vom Markt akzeptiert werden können, stellt sich Mediapulse stets dem Markt, moderiert den Dialog und sucht die für alle tragfähige Konvention.

1. Definitionen

1 Publikation

- a. Unter Publikation wird jegliche Veröffentlichung der Daten ausserhalb der von Mediapulse vermarkteten Software verstanden. Ab 1. Januar 2026 ist dies «Mediapulse TV Analytics» (im Folgenden «die Software»).
- b. Unter Publikation wird im speziellen die Veröffentlichung der Daten auf allen medialen Plattformen, in Pressemitteilungen, Präsentationen an Fachtagungen bzw. öffentlichen Veranstaltungen verstanden.
- c. Keine Publikation im Sinne dieses Reglements ist:
 - Die Freigabe der Daten bzw. die Publikation der Marktsicht durch Mediapulse (vgl. Ziff. 8).
 - Die Nutzung der Daten durch Mediapulse an Kundenveranstaltungen und Seminaren sowie deren Nutzung im Rahmen ihrer gesetzlichen Aufgabe und ihrer Funktion als Währungshüterin.
 - Die Nutzung der Daten durch die Marktteilnehmer und Datenbezieher im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit (z.B. Programm-Vermarktung, Kundenpräsentationen).

2 Sender

- a. **Vertragssender:** Fernsehsender in der Schweiz, die sich finanziell an der Fernsehforschung beteiligen und einen Vertrag mit Mediapulse haben.
- b. **Zusatzsender:** Fernsehsender, die von Mediapulse aus Eigeninitiative referenziert werden und sich nicht an der Mediapulse Fernsehforschung beteiligen. Diese Sender sind in der Standard-Lizenz für die Software nicht enthalten; das Zugriffsrecht auf diese Sender ist kostenpflichtig und wird vertraglich zwischen den Parteien geregelt.

3 Datenstand

Mit der Umstellung der Schweizer TV-Forschung auf ein hybrides Messsystem im Juli 2022 werden die Daten in zwei verschiedenen Datenständen ausgeliefert. Die Information über den jeweils verfügbaren Datenstand stellt Mediapulse tagesaktuell als Widget auf der Mediapulse-Website im Premium-Bereich zur Verfügung. Der Datenstand ist ebenfalls in der Software in der Quellenangabe ersichtlich.

- a. **Vorläufige Daten:** Ab dem Folgetag eines TV-Ausstrahlungstages werden die Daten auf Basis des TV-Panels ausgeliefert. Diese Daten gelten als vorläufige Daten/«preliminary data» und müssen als solche deklariert werden.
- b. **Finale Daten:** Nach zwei bzw. spätestens drei Werktagen werden die Daten auf Basis des hybriden TV-Panels ausgeliefert und ersetzen die vorläufigen Daten. Die Daten auf Basis des hybriden TV-Panels gelten als finale Daten/«final data» und müssen als solche nicht spezifisch gekennzeichnet werden. Eine Deklaration inklusive Angabe der zeitversetzten Nutzung (Overnight+1, Overnight+2, etc.) wird empfohlen.

4 Währungsstandard

Als Vergleichs- und Handelswährung für den TV-Markt gelten die Daten mit dem Datenstand «final data» inklusive «Overnight+7».

2. Generelle Publikationsregeln

- 5 Bei Publikationen von Daten aus der Software darf die Stichprobengrösse¹ von 100 Personen («Base Sample») nicht unterschritten werden.
- 6 Für Publikationen, insbesondere Geschäftsberichte, sind «final data» zu verwenden. Die Publikation von Daten, bevor diese den Währungsstandard erlangen (vgl. Ziff. 4), ist bei entsprechender Kennzeichnung erlaubt.
- 7 Publiziert ein Marktteilnehmer Daten seiner Mitkonkurrenten, ist dies nur im Vergleich mit der Darstellung des eigenen Senders erlaubt.
- 8 Mediapulse publiziert die marktrelevanten Leistungsdaten mindestens halbjährlich.
 - a. In der Semesterpublikation werden Daten für alle drei Sprachregionen publiziert.
 - b. Die Sender werden in der für sie relevanten Sprachregion ausgewiesen. Regional- bzw. Lokalsender werden zusätzlich in ihrem Verbreitungsgebiet ausgewiesen.
- 9 Mediapulse nimmt bezüglich einzelner Sender keine Publikations- oder qualitative Bewertungsrolle ein. Bei Anfragen von Journalisten, etc., verweist sie in jedem Fall unverzüglich auf den jeweiligen Publisher.

¹ Die Stichprobengrösse von mindestens 100 Personen gilt grundsätzlich für alle Publikationen. Die Software von Mediapulse lässt für Analysen auch weniger Fällen zu, es erscheint jedoch ein Warnhinweis, der auf eine unzureichende Stichprobe hinweist. Im Report «Infoblatt» ist die Stichprobengrösse («Base Sample» und «Expanded Sample») aller für die Auswertung gewählten Zielgruppen aufgeführt.

3. Publikationsverbote

- 10 Die folgenden Daten unterliegen einem Publikationsverbot:
- a. Daten von Sendungsanalysen, die mit den Sendern «M6_T» und «TF1_T» berechnet werden. Die Daten dieser Sender ohne Bezug auf Sendeprotokolldaten dürfen hingegen publiziert werden.
 - b. Daten der nicht validierten Online Proprietary Nutzung «Online Proprietary (no currency)». Die Daten der validierten Online Proprietary Nutzung «Online Proprietary (in currency)» dürfen hingegen publiziert werden, da sie Bestandteil der TV-Gesamtnutzung sind.
 - c. Alle Daten, die mit den Plattformen «All Platforms (no currency)» und «Online WebTV» berechnet werden.

4. Regelungen neue Sender/Erstpublikation

- 11 **Vertragssender**
- a. Im Rahmen des Vertragsabschlusses vereinbaren der Marktteilnehmer und Mediapulse das zeitliche und kommunikative Vorgehen bzgl. Publikation, Marktinformation, Freischaltung des Senders in der Software und Datenlieferung an Dritttools.
 - b. Der Marktteilnehmer hat das Erstpublikationsrecht.
- 12 **Zusatzsender**
- a. Wird ein Zusatzsender durch Mediapulse valide gemessen und erfüllt alle Kriterien für die Marktfreigabe (z. B. durchschnittliche Tagesreichweite von mindestens 0,2% in einem Quartal in einer Sprachregion) wird der Sender in der Software freigegeben.
 - b. Ab Zeitpunkt der Marktfreigabe können die Daten von Zusatzsendern unter Berücksichtigung aller im vorliegenden Dokument genannten Regelungen publiziert werden.
- 13 Die Freigabe neuer Sender und deren Verfügbarkeit in der Software wird auf der Mediapulse-Website im Premium-Bereich kommuniziert.

5. Kennzeichnungsregeln

- 14 **Quellenangabe**
- a. Die Parteien sind verpflichtet, die Datenquelle «Mediapulse TV Data» als auch den Namen der verwendeten Software (z.B. «Mediapulse TV Analytics») korrekt und vollständig anzugeben. Diese Angaben sind verbindlich.
 - b. Werden Daten aus anderen Softwares verwendet (z.B. aus einem Werbeplanungstool oder kundenindividuellen Tool), besteht die Verpflichtung, explizit darauf hinzuweisen. Diese Daten müssen entsprechend deutlich deklariert werden.
- 15 Damit ein Dritter die publizierten Daten nachvollziehen kann, müssen **alle** Bezugsgrößen (Aktivität, Fact, Location, Panelregion/Gebiet, Plattform, Screens, Sender, Wochentage, Zeitperiode, Zeitschiene und Zielgruppe) zusätzlich zu der Quellenangabe in allen Publikationen deutlich deklariert werden.

16 Bei den folgenden Bezugsgrössen gelten folgende Zusatzregelungen:

- a. **Fact**
Eigene Berechnungen und Kalkulationen müssen deutlich gekennzeichnet werden.
- b. **Sender**
Der Sender muss eindeutig angeschrieben werden. Diese Deklarationspflicht gilt insbesondere für ausländische Sender mit Schweizer Werbefenster, da für diese Sender sowohl die Daten für die spezifischen Ländersignale (z.B. «RTL CH» oder «RTL D») als auch für das Gesamtsignal (sogenannte «_T-Sender», z.B. «RTL_T») für Berechnungen in der Software zur Verfügung stehen.
- c. **Zeitperiode**
Sofern Bezug auf eine andere Zeitperiode/Referenzzeitperiode genommen wird, so ist diese deutlich zu deklarieren.
- d. **Zielgruppe**
Die Zielgruppe muss eindeutig angeschrieben werden, zu nennen sind hier alle verwendeten Personen- oder Haushaltskriterien und deren Kombination sowie die Angabe, ob Gäste berücksichtigt werden. Die Angabe der Fallzahl (Stichprobengrösse) ist nicht zwingend.
Wird Bezug auf eine Referenzzielgruppe genommen, so ist diese deutlich zu deklarieren.

6. Vorgehen und Massnahmen bei Verstössen

- 17** Bei Verstössen gegen die Regelungen des vorliegenden Dokuments ist das Vorgehen wie folgt, wobei die Beteiligten bestrebt sind, diesen Vorfall schnellstmöglich einvernehmlich zu beheben.
 - a. Verstösst eine der Parteien gegen die Regelungen, wird diese von der anderen Partei schriftlich abgemahnt, wobei die abmahnende Partei die Gründe für die Abmahnung nachvollziehbar und schriftlich darzulegen hat.
 - b. Der gegen diese Regelungen verstossenden Partei wird Gelegenheit gegeben, innert fünf Arbeitstagen zu den Vorwürfen schriftlich Stellung zu nehmen.
 - c. Bei einer berechtigten Abmahnung ist die verstossende Partei zur sofortigen Richtigstellung und einem gleichzeitigen Abstoppen der falschen Publikation verpflichtet.
 - d. Reicht das dem Betroffenen nicht aus, wird Mediapulse eine Richtigstellung publizieren. Dadurch entstehende Kosten trägt der Verursacher.
- 18** Bei Nichtreaktion auf die Abmahnung und bei einem wiederholten Verstoss gegen die Regelungen des vorliegenden Dokuments ist eine Konventionalstrafe von maximal CHF 10'000.00 fällig. Mit dieser Konventionalstrafe sind Ansprüche Dritter aus der Regelverletzung nicht wegbedungen.