

Mediapulse Newsletter

Guten Tag

Mediapulse misst, analysiert und beschreibt, wie die Menschen in der Schweiz Medien nutzen. Unsere Daten und Methoden schaffen Orientierung und Vergleichbarkeit für Medienanbieter, für den Werbemarkt, die Politik und die Wissenschaft. Diese Einordnungsleistung ist unverzichtbar – und gewinnt in einer sich rasant verändernden Medienwelt mit wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und technologischen Umbrüchen noch an Bedeutung.

Bisher wurde dieses Wissen vor allem im persönlichen Austausch vermittelt und blieb für viele Marktteilnehmerinnen und Marktteilnehmer dadurch wenig sichtbar und oft im Hintergrund. Mit dem neuen **Mediapulse Newsletter** möchten wir das ändern: Ab sofort informieren wir Sie regelmässig über methodische Weiterentwicklungen, aktuelle Projekte und Forschungsergebnisse. Wir ordnen Entwicklungen ein, zeigen Zusammenhänge auf und machen komplexe Themen verständlich. So schaffen wir mehr Sichtbarkeit für unsere Arbeit und fördern den Dialog mit Marktpartnern, Behörden, Medien und Wissenschaft.

Ich lade Sie herzlich ein: Bleiben Sie informiert und bringen Sie Ihre Perspektiven ein!

Herzlich
Dr. Tanja Hackenbruch
CEO Mediapulse

Das erwartet Sie in dieser Ausgabe

- Aktueller Stand zur Radiomessung 28+
- Umstellung der Semesterpublikation Radio per 2026
- Einführung Mediapulse TV Analytics Tool
- Abschluss People Meter 7 Rollout
- Know-How Transfer: Mediapulse an Universitäten, bei Weiterbildungen und Konferenzen
- Agenda

Radio-Themen

Radiomessung 28+ Projektstart

Die Radioforschung steht vor einem grundlegenden Wandel: Ab 2028 setzt Mediapulse auf ein weiterentwickeltes technisches Messsystem im rotierenden Panel. Mit dem Projekt «Radiomessung 28+» werden in fünf

TV-Themen

Neue TV-Messtechnologie ausgerollt

Mediapulse stellt die TV-Messtechnologie auf ein modernes System um – bei laufendem Betrieb und ohne neuen Panelaufbau. Der neue PeopleMeter (PM7) ersetzt die veralteten Geräte

Teilprojekten zentrale Anpassungen vorbereitet – von der Panelstruktur über die Datenverdichtung bis zur Integration von Streamingdaten. Ziel ist ein zukunftsfähiges System, das den Anforderungen des Marktes gerecht wird.

[MEHR DAZU](#)

und bringt bessere Datenqualität, höhere Teilnahmebereitschaft und klarere Abgrenzung von Non-TV-Inhalten. Der Rollout ist abgeschlossen – die Umstellung erfolgt rechtzeitig vor der 3G-Abschaltung.

[MEHR DAZU](#)

Neue Publikationsform für Radio-Semesterdaten

Mediapulse hat entschieden, die bisherige Semesterpublikation der Radiodaten in Form eines PDF-Berichtsbandes einzustellen und künftig durch ein interaktives Dashboard zu ersetzen. Dieses Dashboard wird direkt auf der Mediapulse Website verfügbar sein. Die Umstellung erfolgt mit der Publikation der Radiodaten für das zweite Semester 2025, die im Januar 2026 erstmals über das neue Dashboard veröffentlicht werden.

Neues TV-Datenanalyse-Tool

Mediapulse TV Analytics ist das neue cloudbasierte Tool für die TV-Datenanalyse. Es ersetzt Instar Analytics und setzt den Fokus auf Effizienz, Flexibilität und Benutzerfreundlichkeit. Die Einführung erfolgt schrittweise bis Januar 2026 – begleitet von Schulungen, Webinaren und umfassender Unterstützung für alle Anwender:innen.

[MEHR DAZU](#)

Weitere TV-Themen

Anpassung Replay Ad Messung

Im Zuge der Weiterentwicklung der Replay Ads kommt es Ende 2025 zu einer Produktanpassung bei den Replay Video Ads, die eine Modifikation bei der von Mediapulse verantworteten Messung der Replay Ad Kontakte erforderlich macht. Auf Basis eines Whitepapers von Mediapulse wurden die notwendigen Anpassungen definiert. Anfang Oktober haben Mediapulse und Kantar Switzerland mit den dafür erforderlichen Vorarbeiten begonnen. Ziel ist der Abschluss dieser Arbeiten bis Mitte November.

Messung von Video Ads

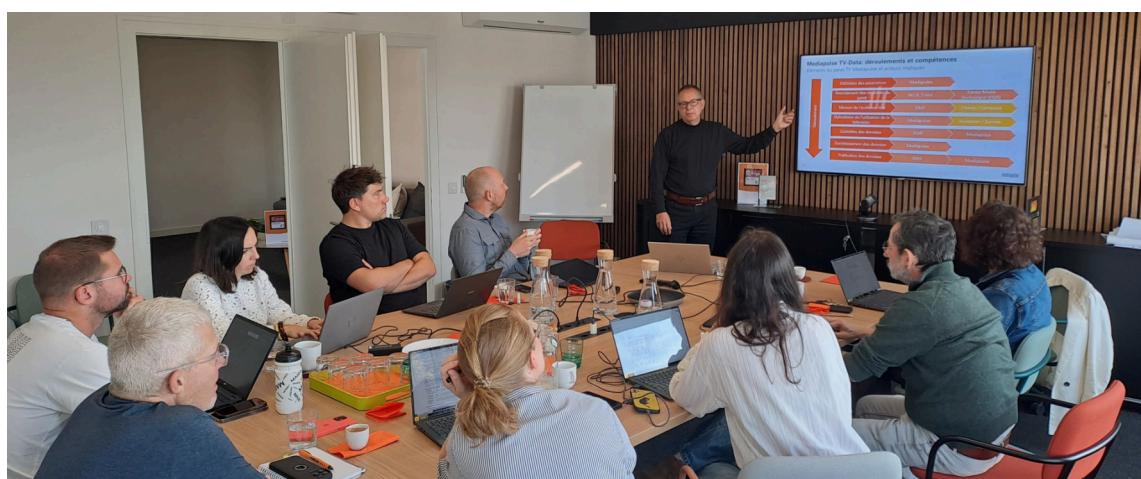
Im Herbst 2023 konnte die Machbarkeit der von Mediapulse entwickelten Lösung für die Messung von Online Video mit Unterstützung von Goldbach als Marktpartner auf Basis einer konvergenten Bewegtbildkampagne der Migros erfolgreich getestet werden. Aufgrund der positiven Resonanz auf die Kommunikation der Ergebnisse dieser Pilotstudie im Frühjahr 2024 hat Mediapulse einen Vorschlag zur Überführung des getesteten Messverfahrens in eine offene Marktlösung ausgearbeitet, die Verantwortlichkeiten spezifiziert und die zu erwartenden Forschungskosten kalkuliert. Aktuell wird geprüft, welcher Marktpartner in der Rolle des First Movers die Anschubfinanzierung für den Live-Betrieb der Video Ad Messung übernehmen kann.

Für Mediapulse wäre die Markteinführung dieser Messlösung nach der Hybridisierung der TV-Forschung im Jahr 2022 und dem Launch der Replay Ad Messung im Jahr 2023 ein weiterer wichtiger Meilenstein auf dem Weg zu einer konvergenten Messung von Bewegtbildkampagnen im Industriestandard der TV-Forschung. Eine ausführliche Beschreibung dieser langfristigen Forschungsstrategie hat Mirko Marr in einem Beitrag für die Oktoberausgabe des Fachmagazins Persönlich publiziert.

[ARTIKEL LESEN](#)

Know-How Transfer

Wissen teilen – Medienforschung vermitteln Mediapulse engagiert sich in Lehre und Weiterbildung



Ob Einführungskurse im Rahmen der IGEM Academy, neu auch in der Romandie, oder universitäre Lehrveranstaltungen: Mediapulse bringt ihre Expertise in die Ausbildung der nächsten Generation von Medien- und Werbefachleuten ein. Neben Vorlesungen und Seminaren am IKMZ der Universität Zürich beteiligt sich Mediapulse auch an innovativen Forschungsseminaren wie dem «Synthetic User»-Seminar an der Universität St. Gallen. Mehr über die Inhalte und Ziele dieser Bildungsinitiativen erfahren Sie im Artikel.

[MEHR DAZU](#)

asi-Konferenz 2025 – Internationale Fachtagung für Radio- und TV-Forschung

Mediapulse wird an der diesjährigen asi-Konferenz vom 5. bis 7. November in Kopenhagen mit zwei Beiträgen vertreten sein. Tanja Hackenbruch stellt unter dem Titel «Radio measurement goes hybrid» die konzeptionellen Ideen für die Hybridisierung der Radioforschung in der Schweiz vor. Mirko Marr berichtet unter dem Titel «Changing wheels whilst riding» über den Austausch der Messtechnologie im Schweizer TV-Panel bei laufendem Betrieb. Im Vorfeld der asi-Konferenz erarbeitet Médiamétrie, die TV-Branchenforschungsorganisation in Frankreich, ein Whitepaper zum Thema «Hybrid Measures and AI». Mediapulse wird in diesem Whitepaper mit einem Beitrag von Mirko Marr zum Thema «Hi-Res TV in Switzerland – Up and Running and Expanding» vertreten sein.

[MEHR DAZU](#)

Agenda

- Start TV Analytics-Tool | ab 1.1.2026
- Semesterpublikation Radio – neu als Dashboard | voraussichtlich am 12.1.2026
- Semesterpublikation TV | voraussichtlich am 15.1.2026
- Wir sind in Linz dabei: AudioVation Day 20.1.2026



Mediapulse AG
Weltpoststrasse 5
3015 Bern

[Kontakt](#)
[Website](#)
[Abmelden](#)

Möchten Sie keine weiteren Mediapulse Newsletter erhalten? Hier können Sie sich abmelden.