

Startschuss zur Video Ad Messung

Bern, 10. März 2026 – Mediapulse treibt den Ausbau der plattformübergreifenden Bewegtbildforschung in der Schweiz weiter voran. Ziel ist es, dem Werbemarkt konvergente, vergleichbare und möglichst vollständige Leistungsdaten nicht nur für TV-Werbung und Replay Ads, sondern neu auch für Online Video Kampagnen bereitzustellen. Dieses Vorhaben erreicht nun einen bedeutenden Meilenstein: Mit Goldbach konnte ein erster Marktpartner für die kontinuierliche Messung von Online Video Ads im Industriestandard der TV-Forschung gewonnen werden.

Konvergente Kampagnen benötigen eine gemeinsame Datenbasis

Werbetreibende stehen angesichts einer wachsenden Vielfalt an Bewegtbildinventaren vor der Herausforderung, Kampagnenplattformen vergleichbar zu bewerten. Zwar sind zahlreiche Leistungsdaten verfügbar, doch fehlt bis heute eine einheitliche, von der Branche akzeptierte Währung, um Reichweiten und Kontaktfrequenzen plattformübergreifend konsistent zu messen. Mediapulse verfolgt deshalb seit 2021 das Ziel, dem Markt konvergente Leistungswerte über TV, Replay Ads und Online Video Ads bereitzustellen.

Bereits umgesetzte Schritte

In den vergangenen Jahren wurden die Grundlagen für die konvergente Messung schrittweise geschaffen: die Hybridisierung der TV-Forschung im Jahr 2022, die Einführung der Replay Ad Messung im Folgejahr sowie ein erfolgreiches Pilotprojekt mit Goldbach und dem Messdienstleister Fifty5Blue (vormals Kantar) im Herbst 2024, das die technische Machbarkeit und Marktrelevanz der Video Ad Messung bestätigte. Darauf aufbauend hat Mediapulse eine offene Marktlösung für die Video Ad Messung konzipiert, Verantwortlichkeiten definiert, die erforderlichen Forschungskosten kalkuliert und nach Marktpartnern gesucht.

Goldbach ermöglicht nächsten Entwicklungsschritt

Mit Goldbach konnte ein First Mover gewonnen werden. Als solcher wird Goldbach die Einführung der neuen Messlösung mitfinanzieren und die Leistungswerte seines TV-nahen Premium Online Videoinventars künftig über die erweiterte Mediapulse Messung erfassen lassen. Diese werden gemeinsam mit den Kennzahlen für TV und Replay Ads ausgewiesen. Dank dieses Commitments beginnt Mediapulse nun mit den Vorbereitungen für den Launch der neuen Messlösung, der noch in diesem Jahr vorgesehen ist.

«Dieser Schritt hin zu einer konvergenten und transparenten Kampagnenmessung im Schweizer Bewegtbildmarkt ist für uns als Vermarkter von hochwertigen Bewegtbild-Produkten zentral – und wir freuen uns, ihn gemeinsam mit Mediapulse zu gehen», sagt Alexander Duphorn, CEO von Goldbach Media. Gerade im Premium-Video- und CTV-Umfeld werde eine vergleichbare Datenbasis immer wichtiger, um den Wert hochwertiger Inventare sichtbar zu machen. «Mit der neuen Messlösung weisen wir Bewegtbildkampagnen künftig im gewohnten TV-Standard aus – ein echter Mehrwert für unsere Werbekundinnen und -kunden.» Gleichzeitig treibt Goldbach den Ausbau eigener Video-Produkte für TV-nahe Premium-Umfelder weiter voran.

Offen für weitere Marktpartner

Die Messung von Online Video Kampagnen ist als Branchenlösung angelegt und steht deshalb allen Anbietern von Videoinventaren offen. Voraussetzung ist die Beteiligung an den Kosten, die Implementierung der erforderlichen Infrastruktur sowie der Anschluss an die mit der Messung verbundenen Standards. Für Informationen, Präsentationen oder Gespräche steht Mediapulse ab sofort zur Verfügung.

Dr. Mirko Marr, Head of Research, Mediapulse: «Durch die kontinuierliche Erweiterung der kampagnenorientierten Forschung kann Mediapulse nun allen nationalen und internationalen Anbietern von Bewegtbildwerbung eine Messinfrastruktur bereitstellen, um ihre Werbeleistungen im Rahmen einer Branchenlösung zu erfassen und gegenüber dem Werbemarkt transparent und vergleichbar zu machen. Wir freuen uns, das Potenzial einer konvergenten Kampagnenmessung dank der initialen Unterstützung durch Goldbach unter Beweis zu stellen.»

Über Mediapulse

Mediapulse verantwortet als unabhängige Branchenorganisation die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen 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

Welpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich