



Geschäftsbericht 2025

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

Geschäftstätigkeit

Einleitung

Das Jahr 2025 war für Mediapulse geprägt von hoher operativer Stabilität und gleichzeitig bedeutenden Fortschritten. Die Messsysteme für Radio und Fernsehen funktionierten zuverlässig und störungsfrei – die zentrale Grundlage für vertrauenswürdige und qualitativ hochstehende Medienforschung. Parallel dazu wurden Innovationen erfolgreich umgesetzt: Mit den im Jahr 2025 durchgeführten Arbeiten zur Einführung des neuen Auswertungstools für die Fernsehforschung, dem reibungslosen Technologiewechsel im Panel der TV-Forschung, einem ergänzenden Report zur Nutzung auf dem Big Screen und der konzeptionellen Weiterentwicklung der Radioforschung wurde eine moderne und robuste Basis für die kommenden Jahre geschaffen.

Zugleich positioniert sich Mediapulse immer stärker als gestaltende Kraft im nationalen und internationalen Branchendialog und trägt aktiv zur Weiterentwicklung der Mediennutzungsforschung bei. Damit festigt Mediapulse ihre Rolle als unabhängige und verlässliche Forschungsorganisation, die Behörden, Politik, Wissenschaft und die Medienbranche nicht nur mit verlässlichen Daten versorgt, sondern auch mit innovationsgetriebenen Lösungen Perspektiven für die Zukunft bietet.

Radioforschung

Richtungsentscheid und Projektstart Radiomessung 28+

Im Jahr 2025 traf der Verwaltungsrat einen grundlegenden Richtungsentscheid für die zukünftige Schweizer Radioforschung: Ab 2028 soll die Radionutzung weiterhin mittels technischer Messung mit einem Panelansatz erhoben werden.

Dem Beschluss ging ein aufwendiger Evaluationsprozess voraus, in dem verschiedene methodische Szenarien und Messoptionen geprüft wurden. Nach Abschluss der Evaluation blieben zwei valable Optionen: ein Wechsel zu einem Befragungsansatz oder die Fortführung der technischen Messung. Der Verwaltungsrat entschied sich – mit breiter Unterstützung der Radioanbieter – für Letztere, da sie die höhere Validität und Kontinuität bietet.

Auf Basis dieses Richtungsentscheids startete Mediapulse im Herbst 2025 ein mehrstufiges Pro-

jekt zur Umsetzung der neuen Radiomessung 28+. Im Zentrum steht ein Panel basierend auf einer verkleinerten Stichprobe, in dem die Radionutzung wie bis anhin mittels Mediawatch erhoben wird. Um die Semesterergebnisse trotz reduzierter Stichprobe möglichst gut abbilden zu können, ist eine Verdichtung mit historischen Nutzungsdaten vorgesehen.

Parallel dazu testet Mediapulse eine Smartphone-App als mögliche Ergänzung zur Mediawatch und entwickelt einen Ansatz zur Integration von Radio-Streaming-Daten in die Panelmessung, um künftig einen hybriden Forschungsansatz zu ermöglichen. Weitere Schwerpunkte des Projekts sind die enge Einbindung der Radiobranche, die Definition eines geeigneten Auswertungstools sowie die finanzielle und vertragliche Absicherung.

Neue Publikation der Radiosemesterdaten

Mediapulse modernisiert die bisherige Semesterpublikation und präsentiert die Inhalte künftig in einem interaktiven Dashboard auf der Mediapulse Website. Mit den Radiodaten des 2. Semesters 2025 steht fortan eine zeitgemässe, übersichtliche und flexibel nutzbare Darstellung zur Verfügung.

Fernsehforschung/Bewegtbild

TV Analytics als neues Währungstool

Die Einführung des neuen Auswertungstools TV Analytics per Januar 2026 markierte einen wichtigen Meilenstein. Das Projekt wurde 2025 mit hoher Intensität vorangetrieben – und die Ablösung des bisherigen Tools am 1.1.2026 ist aus Mediapulse-Sicht gelungen.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor neben der technischen Installation war die umfassende Begleitung der Anwendenden. Bereits ab August 2025 stellte Mediapulse im Parallelbetrieb ein Unterstützungsangebot bereit: Schulungen und Webinare, Handouts und Manuals sowie individuelle Beratungen für Sender, Vermarkter und Agenturen. So wurde sichergestellt, dass unsere Kunden das neue System einführen und in ihre Prozesse integrieren konnten.

Mit TV Analytics steht dem Markt nun eine zukunftssichere, cloudbasierte und benutzerfreundliche Analyzelösung zur Verfügung, die Effizienz und Qualität der TV-Forschung nachhaltig unterstützt.

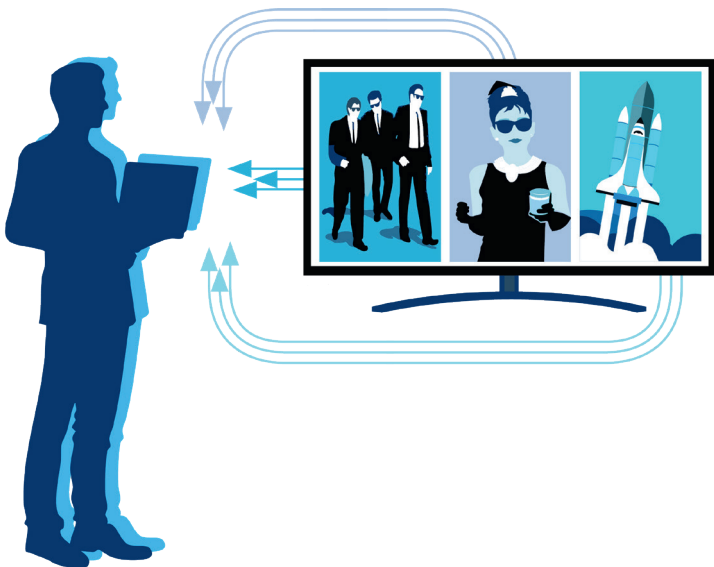
Geschäftstätigkeit (Fortsetzung)

Stabiler Betrieb und Technologiewechsel im TV-Messpanel

Die bestehende TV-Messtechnologie basierte auf Messboxen, deren Datenübertragung über das 3G-Netz erfolgte. Da die Abschaltung dieses Netzes per Anfang 2026 beschlossen war, musste die Messtechnologie im Panel erneuert werden.

Nach wichtigen Vorarbeiten – darunter die Einführung eines neuen Verfahrens zur Erkennung der Sender und die Migration auf eine moderne Datenverarbeitungsplattform – begann im Mai 2024 der Rollout der neuen, 4G-fähigen Messbox PM7. Die Umstellung aller Panelhaushalte erfolgte bei laufendem Betrieb und wurde im September 2025 abgeschlossen. Während des gesamten Prozesses blieb der Messbetrieb stabil und unterbrechungsfrei. Mit dem Technologiewechsel ist die TV-Messinfrastruktur nun langfristig modernisiert und für zukünftige Anforderungen zuverlässig aufgestellt.

Big Screen Data Report – zweite Ausgabe



Der Fernseher wird seit längerem vielfältig genutzt – eine Entwicklung, die weiter zunimmt. Mit dem jährlich erscheinenden Big Screen Data Report dokumentiert Mediapulse diese Nutzungsmuster faktenbasiert und zeigt, wie sich verschiedene Angebote auf dem Big Screen etablieren.

Nach der Erstpublikation im Februar 2025 liegt nun die zweite Ausgabe mit Fokusjahr 2025 vor. Die Big Screen Data bieten TV-Sendern und Vermarktern eine datengestützte Sicht auf die Bedeutung des Fernsehgeräts für den TV-Konsum und ermöglichen zugleich die Beobachtung der wachsenden Konkurrenz durch andere Bewegtbildangebote. Mit dem Big Screen Data Report stellt Mediapulse dem Markt ein zusätzliches Instrument zur Verfügung, das Transparenz schafft und die strategische Weiterentwicklung des TV-Ökosystems unterstützt.

Öffentliches Engagement

Anpassung des Gesetzesartikels im RTVG



Mediapulse und ihre Stakeholder haben sich im Berichtsjahr weiterhin dafür eingesetzt, den entsprechenden Artikel im RTVG massvoll anzupassen, damit die zugesprochenen Unterstützungsgelder künftig nicht nur für Investitionen, sondern auch für den laufenden Betrieb eingesetzt werden können. Diese Erweiterung würde es ermöglichen, die Mittel gezielt dort einzusetzen, wo sie die Erfüllung des gesetzlichen Auftrags am wirksamsten unterstützen – insbesondere in der Sicherstellung der geforderten Qualität und Wissenschaftlichkeit der Messung, etwa hinsichtlich Stichprobengröße und methodischer Robustheit.

Die politische Behandlung der Vorlage verläuft bislang sehr positiv; der abschliessende Entscheid wird im Frühjahr 2026 erwartet.

Geschäftstätigkeit (Fortsetzung)

Teilnahme am Branchendiskurs

Mediapulse war 2025 an zentralen Branchenveranstaltungen präsent und brachte ihre Expertise aktiv in nationale und internationale Fachdiskussionen ein. An der asi Konferenz 2025 überzeugte Mediapulse mit Beiträgen zur Weiterentwicklung der Radio- und TV-Forschung. CEO Dr. Tanja Hackenbruch wurde dort für ihr Paper zum neuen hybriden Forschungsdesign der Schweizer Radioforschung mit dem Tony Twyman Award ausgezeichnet. Die Präsentationen zeigten, wie wichtig methodische Innovation und belastbare Datengrundlagen für einen sich wandelnden Medienmarkt sind.

Darüber hinaus war das Unternehmen an der EMRO-Tagung sowie am WEMF-Medienforschungstag vertreten und beteiligte sich dort am fachlichen Austausch zu aktuellen Forschungs- und Marktfragen.

Ein besonderes Highlight im Berichtsjahr war die Mitwirkung an einem KI-Projekt der Universität St. Gallen zur Simulation von TV-Nutzungsdaten. Dabei wurden die Möglichkeiten und Grenzen von generativer KI-Modelle für die Reichweitenforschung untersucht und diskutiert – ein wichtiger Schritt, um zukünftige Potenziale und Qualitätsanforderungen datengetriebener Forschung besser zu verstehen.

Zur Stärkung des kontinuierlichen Branchendialogs hat Mediapulse zudem ein neues Informationsangebot eingeführt: Im Oktober 2025 erschien die erste Ausgabe des Mediapulse Newsletters, der seither regelmässig über laufende Projekte, Forschungsergebnisse und Entwicklungen informiert.

Ergänzend engagiert sich Mediapulse in der Aus- und Weiterbildung, unter anderem mit Lehrveranstaltungen an Schweizer Hochschulen sowie den Einführungskursen der IGEM Academy zur Radio- und TV-Forschung in der Deutschschweiz und der Suisse romande.

Finanzielle Berichterstattung

Mediapulse AG

Erfolgsrechnung	in CHF 1'000	2025	2024
Gesamtertrag		20'576	22'054
Produktionsaufwand		-13'762	-15'363
Personal- und Betriebsaufwand		-6'410	-6'198
EBITDA		404	493
Beiträge Eidgenossenschaft minus Abschreibungen		-33	-33
Wertberichtigungen auf Finanzanlagen		0	0
EBIT		371	460
Finanz- und ausserordentliches Ergebnis		61	42
Unternehmensergebnis		432	503

Bilanz	in CHF 1'000	2025	2024
Total Aktiven		16'917	17'680
Umlaufvermögen		10'667	10'513
Anlagevermögen		6'249	7'167
Total Passiven		16'917	17'680
Kurzfristiges Fremdkapital		1'158	1'513
Langfristiges Fremdkapital ¹⁾		7'848	8'689
Eigenkapital		7'910	7'478

¹⁾ Einschliesslich Rückstellung für zukünftige Investitionen von TCHF 1'380 (sog. Investitionsfonds)

Bei der Mediapulse AG wurde wie in den Vorjahren eine freiwillige ordentliche Revision durchgeführt (Revisionsstelle: KPMG).

Die AG erzielte im Geschäftsjahr 2025 einen Gewinn von TCHF 432 bei einem Gesamtertrag von TCHF 20'576. Auf Stufe des Betriebsergebnisses aus Geschäftstätigkeit (EBITDA) steuerte die Sparte TV den Löwenanteil des positiven Ergebnisses bei, während sowohl Radio als auch das Zusatzgeschäft erwartete negative Spartenergebnisse erzielten. Aus der Einstellung des Onlinegeschäftes per Ende 2024 resultierte ein Übertrag von allgemeinen Personal- und Betriebskostenlasten auf die verbleibenden Geschäftsbereiche. Das Ergebnis des Zusatzgeschäftes 2025 reflektiert in erster Linie die Kosten des Erhalts des Non-TV Panels.

Die Bilanz der AG zum 31.12.2025 zeigt im Jahresvergleich die üblichen Fluktuationen. Das Umlaufvermögen bewegt sich insgesamt auf einem konstanten Level, bei stabilem Liquiditätsniveau. Die Abnahme der Sachanlagen begründet sich durch reguläre Abschreibungen, im Bereich Radio wurden Ersatzanschaffungen verbucht. Die Abnahme im Bereich des langfristigen Fremdkapitals widerspiegelt die Abnahme von nicht aufgelösten Beiträgen des Bundes.

Mediapulse Stiftung

Erfolgsrechnung	in CHF 1'000	2025	2024
Gesamtertrag		1'449	4'514
Produktionsaufwand		-1'329	-4'394
Betriebsaufwand		-71	-67
EBIT		49	53
Finanz- und ausserordentliches Ergebnis		12	3
Unternehmensergebnis		60	57

Bilanz	in CHF 1'000	2025	2024
Total Aktiven		5'150	4'553
Umlaufvermögen		2'900	2'303
Anlagevermögen		2'251	2'250
Total Passiven		5'150	4'553
Kurzfristiges Fremdkapital		1'528	990
Eigenkapital		3'623	3'563

Bei der Mediapulse Stiftung wurde wie in den Vorjahren eine obligatorische eingeschränkte Revision durchgeführt (Revisionsstelle: KPMG).

Die Mediapulse Stiftung ersucht beim BAKOM von Zeit zu Zeit um Bundesbeiträge aus den Empfangsgebühren für die Messsysteme Radio und TV. Vom BAKOM zugesicherte und überwiesene Bundesbeiträge leitet die Stiftung direkt an die AG weiter. In der Erfolgsrechnung der Stiftung wird dieser kontinuierliche Prozess durch identische Per-Saldo-Beträge im Ertrag und Produktionsaufwand dargestellt, welche immer zu Null addieren. Hinzu kommt die Verrechnung von Namensrechten an die AG, welche der Stiftung jährlich TCHF 120 einbringt. Der Betriebsaufwand liegt auf dem Niveau der Vorjahre und damit auch das Unternehmensergebnis von TCHF 60.

Analog zur Erfolgsrechnung sind in der Bilanz die erwarteten Zahlungseingänge vom BAKOM und deren geplante Weiterleitung an die Mediapulse AG in Form von aktiven und passiven Rechnungsabgrenzungen in gleicher Höhe verzeichnet. Der Betrag fluktuiert je nach der Höhe der beantragten bzw. zugesicherten Bundesbeiträge und der zeitlichen Staffelung von deren Abruf. Die flüssigen Mittel der Stiftung sind leicht gestiegen.

Bern, den 23. April 2026

Dr. Tanja Hackenbruch

Unternehmensprofil

Mediapulse verantwortet als unabhängige Branchenorganisation die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen und deren digitalen Angeboten in der Schweiz. Diese Daten «Made in Switzerland» bilden die offizielle Währung und werden von Sendern und Programmschaffenden, der Werbewirtschaft, Behörden und Politik sowie der Wissenschaft genutzt.

Als praxisnahes Unternehmen verfolgt Mediapulse das Ziel, den elektronischen Medien- und Werbemarkt in der Schweiz durch die Datenprodukte bei der Programmanalyse und Vermarktung zu unterstützen. Moderne Messsysteme, wissenschaftlich fundierte Methoden und kontinuierliche Innovation stellen sicher, dass auch die dynamischen Veränderungen in der Nutzung audiovisueller Medien verlässlich, nachhaltig, nachvollziehbar und vertrauenswürdig abgebildet werden können.

Mediapulse steht für Neutralität, Unabhängigkeit, Transparenz sowie höchste Qualität in der Medienforschung. Die Institution untersteht der Aufsicht des UVEK (BAKOM). Im Verwaltungsrat der Mediapulse AG sowie im Stiftungsrat der Mediapulse Stiftung sind zentrale Marktakteure vertreten.

Der Stiftungsrat setzt sich zusammen aus dem Präsidenten sowie 18 Mitgliedern, welche die drei Interessenskreise SRG SSR, private Schweizer Anbieter sowie Werbewirtschaft paritätisch vertreten. Der Präsident des Stiftungsrats ist zugleich Präsident des Verwaltungsrats der Mediapulse AG. Im Verwaltungsrat sind die drei Interessenskreise mit jeweils zwei Sitzen vertreten, ergänzt von einer unabhängigen Verwaltungsrätin aus der Wissenschaft.

Eine dreiköpfige Geschäftsleitung nimmt die operative Führung der Mediapulse AG wahr. Diese 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 fasst 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 Forum, in welchem die Mediapulse-Kundenbedürfnisse und Anliegen des Radio- und TV-Markts platzieren und im Dialog mit der Geschäftsleitung Empfehlungen zuhanden der Mediapulse AG formulieren können.

Die aktuelle Besetzung aller genannten Gremien wird laufend auf www.mediapulse.ch publiziert.

Als Organisation für angewandte Medienforschung und offizielles Währungsforschungsinstitut der Schweiz ist Mediapulse in den wichtigsten nationalen Netzwerken (u.a. fkmb, IGEM, SGKM, vsms) sowie in diversen internationalen Netzwerken (u.a. EMRO, ESOMAR, I-JIC) vertreten.