

Im Browser öffnen



## Mediapulse Newsletter

Guten Tag

Unter dem Motto «geglückt» finden Sie in diesem Newsletter die Neuigkeit, dass der Gesetzesartikel, der die Unterstützung der Mediapulse mit Bundesgeldern regelt, im Sinne der Mediapulse und unserer Stakeholder erweitert wurde. Dies ist ein grosser und nachhaltiger Schritt für uns und den Schweizer Medienmarkt.

Eine weitere positive Entwicklung ist, dass die Replay Ad Messung durch den Einsatz bei zusätzlichen Sendern, unter anderem auch in der Westschweiz, mittlerweile eine komplette Marktlösung darstellt. Für die neuen Werbeformate haben wir die Replay Ad Messung erfolgreich und innerhalb kürzester Zeit weiterentwickelt, sie ist seit Mai im Einsatz.

Bei der Messung der Video Ads sind wir auf der Zielgeraden, mehr dazu finden Sie im entsprechenden Artikel. Auch hier ist das Ziel, dass der Markt Nutzung und Werbekontakte konsistent und vergleichbar auswerten kann.

Und weil digitale Nutzung immer stärker von Plattformen geprägt ist, engagieren wir uns in der Audience Measurement Coalition (AMC) mit einem klaren Ziel: Dass Reichweitenmessung auch im digitalen Umfeld nicht von intransparenten Plattformmetriken bestimmt wird, sondern auf nachvollziehbaren Standards und unabhängiger Governance beruht.

Herzlich

**Tanja Hackenbruch**

CEO Mediapulse

Übrigens: Dieser Newsletter steht auch auf Französisch zur Verfügung. [👉 Hier abonnieren](#)

---

### Das erwartet Sie in dieser Ausgabe

- Geglückte Gesetzesänderung
- News aus der TV-Forschung: Replay Ads und Video Ads

- Publikation des Big Screen Data 2025 Reports
- Know-How Transfer: Aus- und Weiterbildungen und Konferenzen
- Agenda

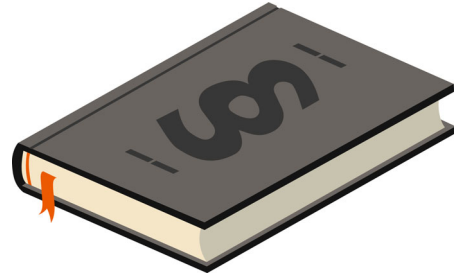
---

## Geglückt! RTVG: Erweiterung von Art. 81 Abs.1

Die Stiftung Mediapulse erhält jährlich einen Beitrag aus dem Ertrag der Abgaben für Radio und Fernsehen an die Entwicklung und Beschaffung von Erhebungsmethoden und -systemen. Neu wird auch die finanzielle **Unterstützung für den Betrieb der Erhebung** ermöglicht.

Ständerat und Nationalrat wie auch der Bundesrat haben diesem breit abgestützten Anliegen zugestimmt. Nach Ablauf der Referendumsfrist am 17. April 2026 steht einer Umsetzung dieser gesetzlichen Erweiterung nichts mehr im Wege.

Für die grosse Unterstützung von Seiten Stakeholder und Politik möchten wir uns ganz herzlich bedanken.



---

### TV-Themen

## Mehr Qualität in der Replay Ad Messung



Mediapulse hat die Replay Ad Messung weiterentwickelt und an neue Werbeformen sowie zusätzliche Sender angepasst. Das neue Mess Setup ist seit Mai 2026 stabil im operativen Betrieb und liefert dank technischer Verbesserungen noch präzisere und verlässlichere Daten.

[MEHR ERFAHREN](#)

## Mediapulse misst neu auch Video Ads

Mediapulse erweitert die Bewegtbildforschung und misst neu auch Video Ads plattformübergreifend – vergleichbar mit TV und Replay TV. Mit Goldbach als erstem Marktpartner startet die Umsetzung einer Forschungslösung für TV-nahe Instream-Video-Kampagnen. Erste Kampagnendaten werden ab dem zweiten Semester 2026 erwartet.

Mediapulse setzt sich dafür ein, weitere Kooperationspartner für die Video-Ad-Messung zu gewinnen.

[ZUM BLOG](#)

---

### Publikationen

## Big Screen Data Report 2025 erschienen

Das TV-Gerät ist in den meisten Schweizer Haushalten zentraler Bestandteil – wird heute jedoch weit über klassisches Fernsehen hinaus genutzt. Mit Big Screen Data analysiert Mediapulse diesen Wandel datenbasiert. Nach der ersten Ausgabe im letzten Jahr liegt nun der Big Screen Data Report 2025 vor und bietet aktuelle Einblicke in die Nutzung des «Fernsehers». Der Bericht steht ab sofort zum Download bereit.

## Know-How Transfer

### Mediapulse am egta Market Intelligence Meeting 2026



Beim egta Market Intelligence Meeting 2026 in Zürich trafen sich im März rund 200 Expertinnen und Experten, um über Total Reach, Screen-Vergleichbarkeit und die Zukunft der Messung zu diskutieren. Mediapulse steuerte Schweizer Insights bei – von Crossplattform-Kampagnenmessung bis zur hybriden Audiomessung.

### **IGEM-Academy «Nutzungsforschung TV&Radio»**

Wie entstehen TV- und Radio-Reichweiten – und wie lassen sich die Kennzahlen korrekt einordnen? Genau diesen Fragen widmete sich die IGEN-Academy «Nutzungsforschung TV & Radio» am 15. April 2026 in Zürich. Die Einführungsschulung fand bei Media Focus statt und wurde von Dr. Florin Büchel und Michelle Scheuermeier geleitet. Im Fokus standen die Grundlagen der Währungsforschung: Funktion, Organisation und Anwendung – ergänzt um konkrete Hinweise, wo die jeweiligen Stärken und Grenzen der Messung liegen, und worauf es bei der Interpretation im Planungsalltag ankommt. Ein weiterer Schwerpunkt war der Studienvergleich sowie ein Ausblick auf Weiterentwicklungen in der TV- und Radioforschung.

### **Engagement in der europäischen Regulierung**

Die Reichweitenmessung steht vor grossen Veränderungen – geprägt durch Digitalisierung, neue Datenquellen und europäische Regulierungen wie EMFA, DSA oder DMA. Mediapulse engagiert sich deshalb aktiv auf europäischer Ebene in der Audience Measurement Coalition (AMC). Ziel ist es, transparente, vergleichbare und unabhängige Messstandards mitzugestalten – auch im Interesse des Schweizer Medien- und Werbemarkts und seiner internationalen Anschlussfähigkeit.

---

## Agenda

Wir sind dabei:

- Swiss Radio Day | 27.8.2026
- Screen-up | 17.9.2026
- WEMF CH Medienforschungstag | 23.9.2026
- IGEN Academy Genf | Oktober 2026

---

Publikationen:

- Geschäftsbericht 2025 | Download auf unserer Website
- Semesterpublikation Radio | voraussichtliches Datum 10.7.2026
- Semesterpublikation TV | voraussichtliches Datum 17.7.2026
- Radio Streaming Data Publikation Q2/26 | voraussichtliches Datum 20.7.2026

---

# mediapulse

**Mediapulse AG**  
Weltpoststrasse 5  
3015 Bern

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



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