

Mediapulse Newsletter

Guten Tag {{ contact.VORNAME }} {{ contact.NACHNAME }}

Die Lancierung von Video Ad Data markiert einen Meilenstein für die konvergente Bewegtbildforschung in der Schweiz. Ab Mitte November stehen die Leistungswerte auch im Planungstool des TV-Marktes zur Verfügung. Damit lassen sich Kampagnen über TV, Replay TV und Online Video hinweg auf einer einheitlichen und vergleichbaren Datengrundlage planen und auswerten.

Dass dieses Thema den Markt bewegt, zeigte auch unser Roundtable mit Vertreterinnen und Vertretern aus Werbung, Agenturen, Medienhäusern und Verbänden. Der Tenor war eindeutig: Der Werbemarkt braucht unabhängige, vergleichbare Leistungswerte über alle relevanten Bewegtbildkanäle hinweg. Genau dazu leistet Video Ad Data einen wichtigen Beitrag.

Der Dialog mit dem Markt ist für uns auch bei anderen Themen zentral. Im Interview mit Roman Unternährer werfen wir einen Blick auf die Radio Streaming Data und ihren Nutzen für die Branche. Die Vorbereitungen für die Radioforschung 28+ laufen planmässig weiter. Erfreulich ist auch die aktuelle Beurteilung der Medienwissenschaftlichen Kommission: Sie bestätigt erneut die hohe Qualität und Verlässlichkeit unserer Forschungssysteme.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre.

Herzlich
Tanja Hackenbruch
CEO Mediapulse

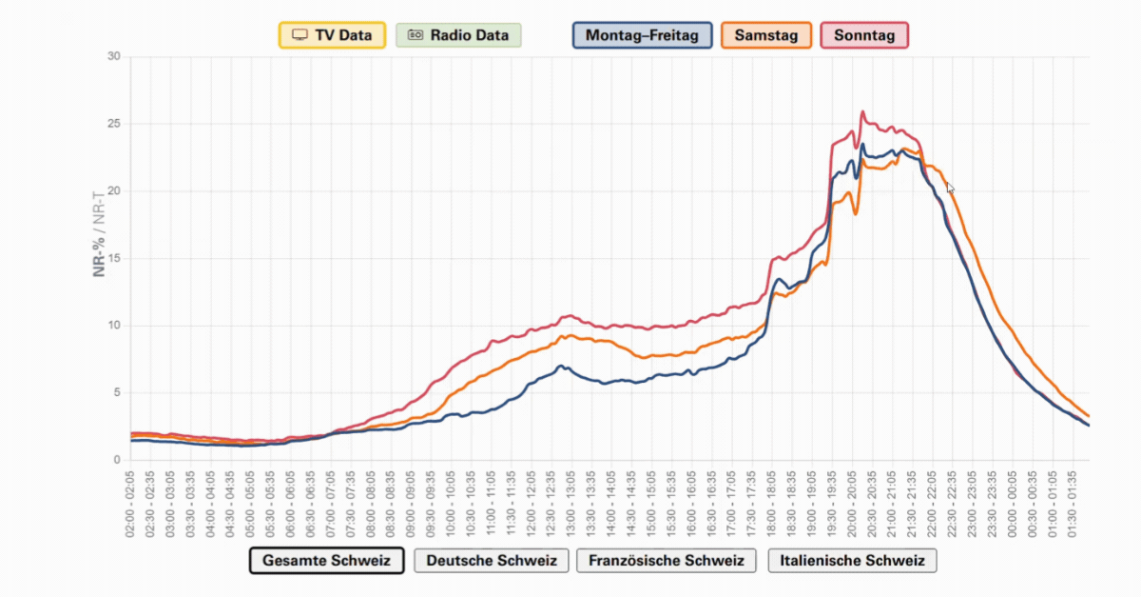
Übrigens: Dieser Newsletter steht auch auf Französisch zur Verfügung. 👉Hier abonnieren

---

Das erwartet Sie in dieser Ausgabe

- News aus der Radioforschung
- News aus der TV-Forschung
- Roundtable zum Thema konvergente Kampagnenmessung
- Know-How Transfer: Aus- und Weiterbildungen
- Agenda

Wann hören wir Radio, wann schauen wir TV?



Morgens Radio, abends TV? Unsere neue interaktive Grafik zeigt, wie sich die Radio- und TV-Nutzung in der Schweiz über den Tag verteilt. Entdecken Sie selbst, wie sich die Nutzung je nach Tageszeit, Wochentag oder Sprachregion verändert und wo sich spannende Unterschiede zeigen.

AUSPROBIEREN

Radio-Themen

Radioforschung 28+: die nächsten Schritte gesetzt

Die Entwicklung der Radioforschung 28+ ist auf Kurs. Nach wichtigen methodischen Weichenstellungen geht das Projekt in die nächste Phase. Gleichzeitig untersuchen wir zusätzliche Anliegen wie den Test einer Mess-App und die Hybridisierung von Radio Data und Radio Streaming Data. Was bereits feststeht und welche nächsten Schritte anstehen, zeigen wir im aktuellen Projektupdate.

MEHR ERFAHREN

Radio Streaming Data: Einblicke aus der Praxis von CH Media



Wie nutzt CH Media die Radio Streaming Data im Programm und in der Vermarktung? Roman Unternährer, Leiter Radio, spricht über konkrete Anwendungsfälle, überraschende Entwicklungen im digitalen Audiomarkt und den Wert einer objektiven, vergleichbaren Datengrundlage. Im Interview zeigt er zudem, welches Potenzial längere Datenreihen für die Zukunft bieten.

ZUM INTERVIEW

TV-Themen

TV, Replay TV und Online Video: Bewegtbild wird vergleichbar



Wie performt eine Kampagne über verschiedene Bewegtbildkanäle hinweg? Mit TV Video Ad Data kommt der Schweizer Werbemarkt einer gemeinsamen Antwort einen entscheidenden Schritt näher. Die ersten Kampagnen sind bereits unter Messung und schon bald fügen sich die neuen Daten dort ein, wo TV und Replay TV heute ausgewertet werden.

ZUM BLOG

Gute Noten für die Mediapulse-Forschung



Wie steht es um die Qualität der von Mediapulse verantworteten Forschungssysteme? Die Medienwissenschaftliche Kommission (MWK) hat ihr jährliches Audit durchgeführt und zieht für das Forschungsjahr 2025 ein positives Fazit.

ZUM BLOG

Roundtable

Wie geht es weiter mit der konvergenten Kampagnenmessung?

TV, Replay TV und Online Video auf einer gemeinsamen Datengrundlage zu messen, ist ein wichtiger Schritt, den Mediapulse mit Video Ad Data realisiert hat. Doch was braucht es, damit die Messlösung eine breitere Abdeckung erfährt? Darüber haben wir mit Vertreterinnen und Vertretern aus Werbung, Agenturen, Publisher und Verbänden diskutiert. Ihre Perspektiven zeigen, wo die konvergente Kampagnenmessung heute steht und welche Fragen den Werbemarkt auf dem weiteren Weg beschäftigen.

MEHR ERFAHREN

Know-How Transfer

Angewandte Publikumsforschung als fester Bestanteil der akademischen Ausbildung

Auch in diesem Jahr engagiert sich Mediapulse in der akademischen Ausbildung und sorgt dafür, dass die Grundlagen der angewandten Publikumsforschung im Bachelor-Studiengang des Institutes für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich Berücksichtigung finden.
Im Herbstsemester 2026 bieten Dr. Mirko Marr und Dr. Florin Büchel eine Einführungsvorlesung zur Publikumsforschung in der Schweiz an, bei der sie von Finn Stein, Director of Research and Development bei der WEMF AG für Werbemedienforschung, und von Felix Mende, Geschäftsführer der Swiss Poster Research Plus AG, unterstützt werden.
Im Frühjahrssemester verantworten Dr. Florin Büchel und Michelle Scheuermeier ein Seminar, dass sich mit den Organisationsformen, den Methoden und den Produkten der angewandten Publikumsforschung in europäischen und nordamerikanischen Medienmärkten auseinandersetzt und deren Besonderheiten vergleicht.

Agenda

Veranstaltungen:

- Informationsanlass Radioforschung 28+ | 18.3.2027

Publikationen:

- MWK-Bericht 2025 | Download
- Semesterpublikation Radio | voraussichtlich am 12. Januar 27
- Semesterpublikation TV | voraussichtlich am 19. Januar 27
- Radio Streaming Data Publikation Q4/26 | publiziert am 20.01.27

Mediapulse AG
Weltpoststrasse 5
3015 Bern

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