Messung von Video Ad Kampagnen gestartet

Bern, 10. November 2026 – Seit Anfang Juli 2026 werden Online-Video-Kampagnen im Goldbach Video Netzwerk nach der nutzerzentrierten Logik der TV-Forschung gemessen. Erste Kampagnenreports wurden bereits an die beteiligten Auftraggeber ausgeliefert. Ab Mitte November stehen die Leistungswerte auch im Planungstool des TV-Marktes zur Verfügung. Dort können Werbekunden die Ergebnisse rückwirkend per 1. Oktober analysieren und bei Bedarf mit den Kennwerten von TV- und Replay-Ad-Kampagnen kombinieren.

In den vergangenen Jahren hat Mediapulse die Voraussetzungen für eine konvergente Bewegtbildmessung schrittweise geschaffen: die Hybridisierung der TV-Forschung sowie die Einführung der Replay Ad Messung. Mit Video Ad Data wurde die plattformübergreifende Bewegtbildmessung um Online-Video-Kampagnen erweitert. Die technische Messung erfolgt durch den Messdienstleister Fifty5Blue. Damit können Reichweiten und Kontakte von Bewegtbildkampagnen über verschiedene Angebotsformen hinweg vergleichbar ausgewiesen werden. Mit der Integration in das Planungstool des TV-Marktes (EvoAd) stehen die Leistungswerte nun dort zur Verfügung, wo Bewegtbildkampagnen analysiert und bewertet werden.

«Mit der Integration von Video Ad Data in die plattformübergreifende Kampagnenmessung von Mediapulse stehen dem Werbemarkt konvergente Daten über drei verschiedene Bewegtbildplattformen zur Verfügung. Mediapulse schafft damit die Grundlage für eine unabhängige und vergleichbare Bewertung von Bewegtbildkampagnen», sagt Tanja Hackenbruch, CEO von Mediapulse.

Anforderungen des Marktes im Fokus

Parallel zum Start der Video Ad Messung diskutierte Mediapulse im Rahmen eines Roundtables mit Vertreterinnen und Vertretern von Werbeauftraggebern, Agenturen, Publishern und Branchenorganisationen die Anforderungen an eine gemeinsame Datengrundlage. Im Austausch zeigte sich die hohe Bedeutung unabhängiger, transparenter und vergleichbarer Leistungswerte für plattformübergreifend geplante Kampagnen. Zugleich nimmt der Nutzen der Messung mit der Einbindung weiterer relevanter Bewegtbildangebote zu.

«Der SWA unterstützt diese Entwicklung sehr. Entscheidend ist eine möglichst breite Abdeckung mit transparenten, vergleichbaren und zuverlässigen Daten. Das Ziel muss sein, langfristig alle relevanten Anbieter und Plattformen in die Messung zu integrieren», sagt Yvonne Baumgartner, Co-Direktorin des Schweizer Werbe-Auftraggeberverbands SWA.

Die Messung von Online Video Kampagnen ist als offene Branchenlösung angelegt und steht grundsätzlich allen Anbietern von Videoinventaren offen. Nach der erfolgreichen Integration des Goldbach-Inventars soll die Abdeckung gemeinsam mit weiteren Marktpartnern schrittweise ausgebaut werden. Im Zentrum stehen die Einbindung zusätzlicher Publisher und Plattformen sowie die Prüfung weiterer Integrationsmöglichkeiten.

Mit Video Ad Data schafft Mediapulse eine unabhängige und vergleichbare Datengrundlage für plattformübergreifende Bewegtbildkampagnen und entwickelt diese gemeinsam mit dem Markt schrittweise weiter.

Über Mediapulse

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.

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

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich