



# Geschäftsbericht 2024

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

Die von Mediapulse verantworteten Messsysteme liefen im vergangenen Jahr stabil und verlässlich, sodass der Medienmarkt die benötigten Daten für die Nutzung von Radio, TV, Websites und Apps in hochwertiger Qualität erhalten konnte. Gleichzeitig konnten wichtige Weiterentwicklungen erfolgreich abgeschlossen oder angestossen werden. So wurde in der TV-Forschung die Datenbereitstellung der Hi-Res-Daten erheblich beschleunigt, die Messlösung für statische Replay Ads eingeführt und der Austausch der Messtechnologie im Messpanel erfolgreich gestartet.

Für den Radiomarkt wurde mit den Radio Streaming Data ein neues Forschungsprodukt entwickelt. Zudem wurde eine umfassende Marktabklärung zu den methodischen Optionen für eine zukünftige Radioforschung durchgeführt.

Jedoch musste Mediapulse auch feststellen, dass sich der Medienmarkt in einer Umbruchphase befand, sodass nicht alle Innovationen finanziert und umgesetzt werden konnten. In der Onlineforschung scheiterten mehrere Versuche, die zukünftige Finanzierung der bestehenden Erhebungssysteme längerfristig zu sichern, weshalb der VR von Mediapulse entschied, die Forschungsanlage zurückzubauen und die Bereitstellung der Traffic- und Audience-Daten zum Anfang 2025 einzustellen.

## Radioforschung

### Neues Produkt Radio Streaming Data

Das Produkt «Mediapulse Radio Streaming Data» wurde im Auftrag der Arbeitsgruppe Radioforschung entwickelt und dessen Umsetzbarkeit erfolgreich im Rahmen einer Pilotstudie im Frühjahr 2024 getestet. Die Datenpublikation der Radio Streaming Data wird für April 2025 erwartet, wobei die Finanzierung durch die teilnehmenden Sender gesichert ist. Die Teilnahme an der Messung der «Mediapulse Radio Streaming Data» erfolgt unabhängig von der Teilnahme an der Messung via Messpanel der «Mediapulse Radio Data». Alle interessierten Anbieter von Radio-Streams können ihre Channels für die Messung anmelden.

Die Radio Streaming Data ermöglichen eine Quantifizierung der technischen Zugriffe auf Radio-Webstreams (Live) der teilnehmenden Radioanbieter

in der Schweiz im Teilmarkt IP Radio. Dabei wird die Häufigkeit der Zugriffe, deren Dauer sowie die Anzahl der Hörstunden insgesamt ausgewertet und verglichen. Die «Mediapulse Radio Streaming Data» stellen ein Zusatzprodukt zur offiziellen Radiowährung dar, bei der die Nutzung von Radio über das Internet bereits enthalten ist, jedoch nicht separat ausgewiesen werden kann.

## Herausforderungen in der Währungsforschung

Ein zentrales Thema der Radioforschung war die Ankündigung einer markanten Senkung des Forschungsbudgets für die kommenden Jahre. Diese Massnahme erfordert eine grundlegende Neuorientierung sowie innovative Lösungen zur effizienten Datenerhebung. Mediapulse hat den Prozess vor längerer Zeit angestossen und arbeitet hierfür eng mit der Radiobranche zusammen. Auf Basis der Anforderungsliste des Radiomarktes wurden bereits verschiedene kosteneffiziente Lösungen zur Auswahl gestellt, wobei die Entscheidung für die zukunftsfähige Forschungslösung im Frühling 2025 getroffen werden soll.

## Fernsehforschung/Bewegtbild

### Stabiler Betrieb und Fortschritte des hybriden TV-Messsystems

Im Bereich der TV-Forschung war 2024 von kontinuierlichem Fortschritt geprägt. Mediapulse konnte mehrere wichtige Entwicklungen umsetzen, die die TV-Messung und die Qualität der Daten erheblich verbesserten. Besonders hervorzuheben war die beschleunigte Bereitstellung der Hi-Res-Daten, welche bereits seit 2022 eine präzisere und detailliertere Erfassung der Fernsehnutzung ermöglichen. Mit dieser Massnahme, welche intern bei Mediapulse entwickelt wurde, hat Mediapulse ein zentrales Bedürfnis der TV-Sender erfolgreich erfüllt. Darüber hinaus konnte die Datenbasis von Hi-Res durch die Integration der Settop-Box Daten eines weiteren grossen TV-Verbreiters nochmals erweitert werden.

Ein weiterer Meilenstein war die Einführung der Messlösung für statische Replay Ads. Mit den Replay Ad Data liefert Mediapulse bereits seit Sommer 2023 die Datengrundlage, um die Leistung der Replay Ads zu quantifizieren. Während zu Beginn der Messung nur die Replay Video Ads im Fokus

## Geschäftstätigkeit (Fortsetzung)

standen, können seit Oktober 2024 auch die statischen Replay Pause Ads ausgewiesen werden.

Zudem wurde der Austausch der Messtechnologie im Messpanel erfolgreich angestossen. Die vollständige Umrüstung der Panel-Haushalte auf neue, leistungsfähigere Messgeräte wird 2025 weiter vorangetrieben und abgeschlossen. Diese Massnahme wird langfristig die Qualität der TV-Messung steigern und den wachsenden Anforderungen der modernen Fernsehnutzung gerecht werden.

### OTV Data wurden Bestandteil der TV-Währung

Im Jahr 2023 sprach sich der Markt für die Integration der Online TV (OTV) Data in die Fernsehwerbung aus. Infolgedessen wird ab 2024 die Live-Nutzung der Sender erfasst und in die Währung integriert, die aktiv an der Messung teilnehmen und die erforderlichen Messtags implementieren. Die Messung umfasst auch die Nutzung ausserhalb des klassischen TV-Geräts und ausserhalb des Haushalts. Damit schloss Mediapulse eine weitere Messlücke in der bisherigen TV-Forschung. Mediapulse zählt darauf, dass dieser Schritt auch von jenen TV-Anbietern und -Distributoren unterstützt wird, die bislang noch nicht an der Messung teilnehmen und die erforderliche Messtechnologie auf ihren Webplayern integrieren.

### Vorbereitungen für die Einführung eines neues Auswertungstools

Mediapulse verfolgt zudem kontinuierliche Verbesserungen in der TV-Forschung. Ein zentrales Vorhaben hierbei ist die Einführung eines modernen, leistungsstarken Auswertungstools, das das seit über einem Jahrzehnt im Einsatz befindliche Vorgängermodell ablöst. Die Vorbereitungen für diesen Systemwechsel wurden bereits im Jahr 2024 eingeleitet, um eine Bereitstellung Anfang 2026 zu gewährleisten.

### Onlineforschung

#### Rückbau der Onlineforschung

Ein bedeutender Schritt war die Entscheidung, die Onlineforschung nicht weiterzuführen. Trotz der anfänglichen Begeisterung für die innovative Onlineforschung, die über mehrere Jahre entwickelt wur-

de, stellte sich diese als finanziell nicht tragfähig heraus. Der Rückbau der Onlineforschung konnte noch im Jahr 2024 sowohl organisatorisch, kommunikativ als auch finanziell reibungslos abgewickelt werden.

### Öffentliches Engagement

#### Anpassung des Gesetzesartikels im RTVG

Mediapulse engagierte sich weiterhin für eine massvolle Anpassung des Gesetzesartikels im RTVG, um die Unterstützungsgelder nicht nur für Investitionen, sondern auch für den Betrieb verwenden zu können. Diese Änderung würde Mediapulse die Möglichkeit eröffnen, die finanziellen Ressourcen gezielt dort einzusetzen, wo sie dem Zweck des Gesetzesauftrags und dem Markt am meisten zugutekommen. Die Vernehmlassung in den zwei Kammern des Parlaments wird im Laufe des Jahres 2025 stattfinden und Mediapulse setzt auf einen positiven Ausgang.

#### Teilnahme am Branchendiskurs

Mediapulse konnte auch im Jahr 2024 aktiv am Branchendiskurs teilnehmen und sich eine hohe Sichtbarkeit in der nationalen sowie internationalen Medienbranche erarbeiten. Engagierte Mitarbeitende und die Geschäftsleitung trugen mit ihren Fachvorträgen auf den wichtigsten Events in der Schweiz und Europa wesentlich zum Wissenstransfer bei und tauschten sich intensiv mit Marktakteuren aus. Zu den bedeutenden Veranstaltungen, an denen Mediapulse auf der Bühne war, gehörten unter anderem der RadioDay in Zürich, der WEMF Medienforschungstag, die EMRO-Tagung (European Media Research Organisation) in Wien und die DGPuK-Tagung (Deutsche Gesellschaft für Publizistik). Darüber hinaus engagierten sich die Mitarbeitenden von Mediapulse weiterhin in diversen Aus- und Weiterbildungsangeboten. Ein besonderes Highlight war die Leitung eines Seminars und einer Vorlesung an der Universität Zürich.

# Finanzielle Berichterstattung

## Mediapulse AG

<b>Erfolgsrechnung</b>	<b>in CHF 1'000</b>	<b>2024</b>	<b>2023</b>
Gesamtertrag		22'054	22'215
Produktionsaufwand		-15'363	-15'567
Personal- und Betriebsaufwand		-6'198	-7'054
<b>EBITDA</b>		<b>493</b>	<b>-406</b>
Beiträge Eidgenossenschaft minus Abschreibungen		-33	-26
Wertberichtigungen auf Finanzanlagen		0	0
<b>EBIT</b>		<b>460</b>	<b>-432</b>
Finanz- und ausserordentliches Ergebnis		42	415
<b>Unternehmensergebnis</b>		<b>503</b>	<b>-17</b>
<b>Bilanz</b>	<b>in CHF 1'000</b>	<b>2024</b>	<b>2023</b>
<b>Total Aktiven</b>		<b>17'406</b>	<b>13'918</b>
Umlaufvermögen		10'239	9'488
Anlagevermögen		7'167	4'430
<b>Total Passiven</b>		<b>17'406</b>	<b>13'918</b>
Kurzfristiges Fremdkapital		1'513	1'379
Langfristiges Fremdkapital <sup>1)</sup>		8'415	5'564
Eigenkapital		7'478	6'975

<sup>1)</sup> 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 2024 einen Gewinn von TCHF 503 bei einem Gesamtertrag von TCHF 22'054.

Der Gewinn ist insbesondere Resultat deutlicher Senkungen der Kostenbasis im Bereich des Betriebs- und Personalaufwandes. Im operativen Kerngeschäft sind die Abweichungen des operativen Geschäftes in allen Sparten gegenüber dem Budget unwesentlich. Auf Stufe des Betriebsergebnisses aus Geschäftstätigkeit (EBITDA) steuerte die Sparte TV den Löwenanteil des positiven Ergebnisses aus, während das Zusatzgeschäft aufgrund der Entwicklungen in der Onlineforschung ein erwartetes negatives Spartenergebnis erzielte.

Die Bilanz der AG zum 31.12.2024 zeigt im Jahresvergleich die üblichen Fluktuationen. Es erfolgte keine Entnahme aus dem Investitionsfonds, jedoch eine Einlage von TCHF 430, woraus sich zum Jahresende ein neuer Saldo von TCHF 1'380 ergab. Dieser Fonds dient bekanntlich der Vorbeugung eines Investitionsnotstands, falls für bestimmte Vorhaben die Unterstützung durch den Bund ausbleibt oder falls der Mehraufwand aus Investitionen sich kurz-/mittelfristig nicht durch Mehrerträge decken lässt.

## Mediapulse Stiftung

<b>Erfolgsrechnung</b>	<b>in CHF 1'000</b>	<b>2024</b>	<b>2023</b>
Gesamtertrag		4'514	2'856
Produktionsaufwand		-4'394	-2'736
Betriebsaufwand		-67	-65
<b>EBIT</b>		<b>53</b>	<b>55</b>
Finanz- und ausserordentliches Ergebnis		3	3
<b>Unternehmensergebnis</b>		<b>57</b>	<b>58</b>
<b>Bilanz</b>	<b>in CHF 1'000</b>	<b>2024</b>	<b>2023</b>
<b>Total Aktiven</b>		<b>4'257</b>	<b>6'041</b>
Umlaufvermögen		2'007	3'791
Anlagevermögen		2'250	2'250
<b>Total Passiven</b>		<b>4'257</b>	<b>6'041</b>
Kurzfristiges Fremdkapital		694	2'535
Eigenkapital		3'563	3'506

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 57.

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 und hat im Jahresvergleich deutlich abgenommen. Die flüssigen Mittel der Stiftung sind dagegen praktisch unverändert geblieben.

Bern, den 23. April 2025

Dr. Tanja Hackenbruch

# Unternehmensprofil

Mediapulse verantwortet als unabhängige Branchenorganisation die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen sowie von Online-Angeboten 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 Transparenz, Unabhängigkeit, Neutralität und Wissenschaftlichkeit in der Medienforschung und untersteht der Aufsicht des UVEK (BAKOM). Im Verwaltungsrat der Mediapulse AG sowie im Stiftungsrat der Mediapulse Stiftung sind ein Grossteil des Marktes eingebunden.

Die Mediapulse AG erfüllt den gesetzlichen Forschungsauftrag (Art. 78–81 RTVG) der Mediapulse Stiftung, welche die AG kontrolliert. Die Stiftung ihrerseits untersteht der Aufsicht des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK), welches auch die Mitglieder des Stiftungsrats wählt.

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 fünfköpfige 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 verfasst 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-Kunden Bedürfnisse 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](http://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.