



mediapulse

Geschäftsbericht 2010



Mediapulse
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

Inhalt

2	Vorwort des Stiftungsratspräsidenten	
6	Kennzahlen	
8	Unternehmensprofil	
8	Kerngeschäft	
9	Zusatzgeschäft	
10	Geschäftstätigkeit	
10	Kerngeschäft	
14	Zusatzgeschäft	
17	Finanzergebnisse	
18	Erfolgsrechnung	
23	Bilanz	
26	Geldflussrechnung	
27	Beiträge Eidgenossenschaft für Investitionen	
30	Mediapulse Gruppe	
	Konsolidierte Jahresrechnung 2010	
40	Mediapulse Stiftung	
	Jahresrechnung 2010	
48	Unternehmensorganisation	
50	Organe und Führungsgremien	
	Stand: 31. Dezember 2010	

Vorwort des Stiftungsratspräsidenten

Sehr geehrte Mitglieder des Stiftungsrates
Sehr geehrte Damen und Herren

Die Wirtschaftslage hat sich in der Schweiz im vergangenen Jahr etwas beruhigt, trotzdem sind die Folgen des historischen Abschwunges, von welchen die Medienbranche und die Werbewirtschaft stark betroffen sind, immer noch zu spüren. Obwohl gerade in solchen Zeiten die Medienforschung besonders wichtig ist, überträgt sich der Kostendruck der Werbetreibenden auf die Veranstalter und die Vermarkter von Fernseh- und Radiosendungen und auch auf die Forschungsinstitute wie die *Mediapulse Gruppe*.

Unabhängig von der konjunkturellen Entwicklung stellen auch strukturelle Veränderungen die *Mediapulse Gruppe* vor nicht zu unterschätzende Herausforderungen. Die Medienangebote wie auch deren Verbreitungsmöglichkeiten wachsen ständig, Aufzeichnungsmöglichkeiten und mobile Endgeräte erschliessen neue Nutzungsformen und entsprechend verändert sich auch das Mediennutzungsverhalten. Weiter führen Neukonzessionierungen, Medienkonvergenz und ein zunehmender Wettbewerb unter den Medien und deren Vermarktern zu erhöhten Anforderungen an die *Mediapulse Gruppe* und die von ihr ermittelten Nutzungsdaten.

Im Wissen, dass viele der technischen Veränderungen von den zur Verfügung stehenden Messinstrumenten nur langsam nachvollzogen werden können, hat sich die *Mediapulse Gruppe* im vergangenen Jahr darauf konzentriert, die Voraussetzungen für die Einführung einer neuer Messgerätegeneration zu schaffen. So wurde vor allem im Fernsehbereich die Gestaltung, Handhabung und Pflege der Stichprobe verbessert, die Erfassung der digitalen Fernsehnutzung ausgebaut und die Evaluation eines neuen Messsystems für das Fernsehen vorangetrieben. Auch im Radiobereich sind Entwicklungen forciert oder umgesetzt worden, so zum Beispiel die Erfassung der Nutzung via DAB+ oder die Vorbereitung der Messung der Radionutzung im Internet. All diese Schritte erfolgten in enger Zusammenarbeit mit den Marktteilnehmern im Rahmen der dafür geschaffenen Gremien.

Trotz einem gegenüber dem Vorjahr leicht rückgängigen betrieblichen Gesamtertrag von rund 19 Mio. CHF und einer Aufstockung des Personalbestandes auf 29 Personen gelang es der *Mediapulse Gruppe* im vergangenen Jahr, das Betriebs- und das Unternehmensergebnis auf 494 bzw. 623 TCHF markant zu steigern. Dank einer, im Hinblick auf die geplante Erneuerung des Messsystems im Fernsehbereich, zurückhaltenden Investitionspolitik und einem konsequenten Abbau von Fremdverpflichtungen konnte der Eigenfinanzierungsgrad der *Mediapulse Gruppe* von 24 % im Vorjahr auf 37 % im Berichtsjahr gesteigert werden.

Der Stiftungsrat, die Verwaltungsräte und die Geschäftsleitung der *Mediapulse Gruppe* sind überzeugt, dass sich das Unternehmen dank einer ausgeprägten Qualitätsorientierung und einer konsequenten Sicherung des Währungscharakters der von ihr erhobenen Nutzungsdaten auch unter veränderten Bedingungen erfolgreich behaupten wird. Dies ist in erster Linie einem motivierten und sachkundigen Team von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu verdanken, die täglich Beeindruckendes leisten. Ihnen und unseren Geschäftspartnern danken wir für ihre Verbundenheit und ihr Vertrauen.

Freundliche Grüsse



Marco de Stoppani
Präsident

**Dienstag,
12. Oktober 2010
09.50 Uhr
à la carte**



Kennzahlen

Die konsolidierte Rechnung der Mediapulse Gruppe umfasst die Rechnung der *Mediapulse Stiftung* sowie der beiden Gesellschaften *Mediapulse AG* und *Publica Data AG*.

CHF 1'000	2010	2009	2008
Konsolidierte Erfolgsrechnung Gruppe			
Betrieblicher Gesamtertrag	18'934	19'807	18'997
davon Ertrag TV	12'736	12'837	12'143
davon Ertrag Radio	5'493	5'635	5'291
Betrieblicher Gesamtaufwand	18'440	19'497	18'638
Produktionsaufwand (ohne Löhne)	11'007	12'335	11'955
Personalaufwand	4'355	3'759	3'581
Übriger Betriebsaufwand	1'370	1'370	1'460
Abschreibungen	1'708	2'033	1'642
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	494	310	359
Jahresergebnis	623	299	491
Investitionen im Kerngeschäft	649	912	2'341
davon Beiträge Eidgenossenschaft (Zufluss)	649	912	2'000
Innovationen im Kerngeschäft	0	701	0
davon Beiträge Eidgenossenschaft (Zufluss)	0	701	0
CHF 1'000	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008
Konsolidierte Geldflussrechnung Gruppe			
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	1'941	2'523	3'603
Cashflow aus Investitionen	-795	-1'117	-2'594
Cashflow aus Finanzierungen	-1'538	-1'500	-1'500

CHF 1'000	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008
Konsolidierte Bilanz Gruppe			
Umlaufvermögen	6'362	8'081	7'178
Anlagevermögen	3'612	4'525	5'441
Anlagenintensität in %	36,2 %	35,9 %	43,1 %
Fremdkapital	6'279	9'535	9'847
Eigenkapital	3'695	3'071	2'772
Eigenfinanzierungsgrad in %	37,0 %	24,4 %	22,0 %
Eigenkapitalrentabilität	16,9 %	9,7 %	17,7 %
Vollzeitbeschäftigte Gruppe			
CHF 1'000	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008
Vollzeitbeschäftigte Gruppe	29	25	24
Leitung und Assistenz	2	2	2
Technologie	3	3	2
Forschung	7	5	6
Marketing und Verkauf	14	13	12
Management Services	3	2	2

Unternehmensprofil

Die Mediapulse Stiftung und ihre beiden Tochtergesellschaften Mediapulse AG und Publica Data AG sind als Mediapulse Gruppe am Markt tätig.

Grundlage der Tätigkeit der *Mediapulse Gruppe* bildet das geltende Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) sowie die dazugehörigen Verordnungen (RTVV und DV). Im Einklang mit den darin aufgeführten normativen Bestimmungen stellt die *Mediapulse Gruppe* grundlegende Daten zur Nutzung und zum Empfang der in der Schweiz empfangbaren Fernseh- und Radioprogramme den schweizerischen Programmveranstaltern, der Werbewirtschaft und der wissenschaftlichen Forschung zur Verfügung. Sie ist dabei der Wissenschaftlichkeit verpflichtet und arbeitet nach international anerkannten Normen. Als Qualitätskriterien gelten dabei u.a. Unabhängigkeit in der Wahl der Methoden, Objektivität im Einsatz der Forschungsinstrumente, Reliabilität der Datenerhebung sowie Validität und Repräsentanz der bereitgestellten Ergebnisse.

Die *Mediapulse Gruppe* ist von Veranstaltern und Werbewirtschaft unabhängig, berücksichtigt aber deren Anliegen angemessen und sorgt dafür, dass für alle Regionen der Schweiz Daten zur Verbreitung und Nutzung von Fernseh- und Radioprogrammen in vergleichbarer Qualität zur Verfügung stehen. Ziel des gesetzlichen Auftrages ist es, dass die von der *Mediapulse Gruppe* ermittelten Nutzungsdaten als Referenz bzw. Währung gelten. Zur transparenten Umset-

zung und Darstellung des gesetzlichen Auftrages werden die Tätigkeiten der *Mediapulse Gruppe* nach Kern- und Zusatzgeschäft unterschieden.

Kerngeschäft

Das Kerngeschäft umfasst die aus dem gesetzlichen Auftrag abgeleiteten Aktivitäten, nämlich die Bereitstellung absoluter und relativer Messdaten zum Hör- und Sehverhalten der schweizerischen Bevölkerung, ausgewiesen im Wesentlichen nach Reichweite, Marktanteil und Nutzung in Minuten. Die Aufschlüsselung der Nutzungsdaten nach Wochentagen, Programmgruppen sowie soziodemografischen Merkmalen (Geschlecht, Alter, Ausbildung) erfolgt nach Sprachregionen und Konzessions- resp. Verbreitungsgebieten. Diese Daten finden Verwendung bei der Programmgestaltung, der Werbeplanung und der Werbeerfolgskontrolle. Daneben werden die Verbreitung und der Gebrauch von Technologien zum Empfang, zur Speicherung und zur Wiedergabe von Fernseh- und Radioprogrammen in Form einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung in allen Sprachregionen erhoben. Diese Daten vervollständigen die Sicht auf Marktentwicklungen und dienen auch zur Evaluation und Steuerung der betriebenen Forschungspanels.

Die Nutzungsdaten stehen nach deren Aufbereitung und Kontrolle den Fernsehkunden am nächsten Werktag nach der Ausstrahlung, den Radiokunden 18 Tage später vollumfänglich zur Verfügung und können mit der Auswertungssoftware New Media Reporter analysiert werden. Die Kunden können alternativ zum Zugriff per Auswertungssoftware auch individuell vereinbarte Auswertungen und Berichte bei der *Mediapulse Gruppe* bestellen. Die wichtigsten Ergebnisse aus dem Kerngeschäft werden gemäss den gesetzlichen Anforderungen jährlich veröffentlicht.

Control Manager. Daneben gehören zum Zusatzgeschäft etablierte Befragungsstudien wie die Time Use Study und KommTech Studie sowie verschiedene kundenspezifische Einzelprojekte.

Zusatzgeschäft

Das Zusatzgeschäft umfasst alle gesetzlich nicht vorgeschriebenen, jedoch erlaubten Projekte und Dienstleistungen für Interessenten der Medien- und Werbebranche.

Im Zusatzgeschäft werden die aus den Nutzungsdaten abgeleiteten Planungsdaten für Werbeangebote ermittelt und mit sendespezifischen Angaben ergänzt. Diese Daten werden hauptsächlich von Vermarktern und Mediaagenturen genutzt. Die Werbeplanung im Fernsehbereich erfolgt mittels der Software Telecontrol Advertiser und Media Optimizer und im Radiobereich mittels Radio-

Geschäftstätigkeit

Qualität ist nicht selbstverständlich. Zur Sicherung des Währungscharakters der erhobenen Medien-Nutzungsdaten überwacht und verbessert die Mediapulse Gruppe sämtliche ihrer Prozesse laufend.

Kerngeschäft

Fernsehen

Die quantitative Erhebung der Fernsehnutzung in der Schweiz erfolgt seit 1985 mit Hilfe eines elektronischen Messsystems (Telecontrol) in repräsentativ ausgewählten Fernsehhaushalten. Das Messsystem erfasst die Nutzung aller Sender, die in der Schweiz empfangbar sind; 55 davon werden mit Detailangaben in Form von Sendeprotokollen ergänzt.

Neuerungen im Jahr 2010

Mit Beginn des Geschäftsjahres 2010 wurden im Fernsehpanel verschiedene Neuerungen eingeführt mit dem Ziel, die Qualität der ausgewiesenen Daten weiter zu verbessern und die Möglichkeit zu schaffen, die Zahlen nach den neuen BAKOM-Konzessionsgebieten für die privaten Veranstalter auszuweisen.

Ab 2010 wird die alte «Sample Point Stichprobe» durch ein neues Stichprobendesign ersetzt. Neu werden die Panelhaushalte nicht mehr auf sprachregionaler Ebene rekrutiert, sondern mit festgelegten Quoten in 25 «Rekrutierungszonen», die geographisch sowohl die Vorgaben

der Sprachregionen als auch diejenige der 13 neuen vom BAKOM definierten regionalen Konzessionsgebiete respektieren. Der Wechsel hin zu einer flächendeckenden Stichprobe berücksichtigt alle Schweizer Gemeinden, lässt Auswertungen aller regionalen Konzessionsgebiete zu und reduziert Klumpeneffekte und damit auch die Volatilität der Ergebnisse. Diese Veränderung bedingte eine geringe Aufstockung der Stichprobe von 1870 auf 1918 berichtende Haushalte.

Ebenfalls ab 2010 löst eine tägliche Gewichtung der Stichprobe das bisherige Ersetzungsverfahren ab, in welchem nur je zum Anfang jedes Monats gewichtet wurde. Ausfallende Haushalte und ihre Mitglieder werden somit nicht mehr durch einen einzigen, möglichst ähnlichen Haushalt – bzw. der Nutzung dessen Mitglieder – ersetzt, sondern alle ähnlichen Haushalte und ihre Mitglieder werden anteilmässig neu gewichtet. Die Tagesgewichtung ist als Einheitsgewichtung für alle Substichproben konzipiert im Gegensatz zur früheren separaten Gewichtung jeder Auswertungsregion. Damit werden Inkonsistenzen in der Hochrechnung verschiedener Regionen aufgehoben. Die Umstellung auf die Tagesgewichtung ermöglicht ausserdem, die werberelevanten Ziel-

gruppen bezüglich Alter besser zu gewichten. Schliesslich werden ausfallende Haushalte seit 2010 permanent und nicht mehr «in Wellen» rekrutiert.

Die Kunden der *Mediapulse Gruppe* werden über ein Monitoring des Fernsehpanels im passwortgeschützten Bereich «Closed User Group» der Website mediapulse.ch über die Entwicklung der geltenden Qualitätskriterien informiert. Dazu gehören die Art der Gewichtung, die effektive Verteilung der Haushalte, die Ausfallquote und seit 2010 vertiefte Informationen zur technischen Ausstattung der Haushalte.

Seit 2008 kann die Fernseh-Live-Nutzung in zahlreichen digital ausgerüsteten Haushalten gemessen werden. Die Erkennungsqualität der SIP-Technologie (Screen Interface Processing; das im Messgerät integrierte Modul «liest» die von der Box gelieferten Textinformationen, die auf dem Bildschirm erscheinen) konnte seit 2008 erheblich gesteigert werden. Seit Frühjahr 2010 besteht nun für die Kunden die Möglichkeit, in den Analysen die digitale von der analogen Fernsehnutzung getrennt auszuweisen.

In den Haushalten wird neu auch die effektive HD-Fähigkeit der Fernsehsysteme erfasst, d.h. es wird kontrolliert, ob im Haushalt HD-Programme tatsächlich in HD-Qualität betrachtet werden können.

In den letzten drei Jahren ist der Bedarf nach einer technischen Unterstützung vor Ort zur Sicherung der Funktionalität der Messinstallationen in den Haushalten von 1800 auf knapp 2500 Technikeinsätze pro Jahr massiv gestiegen. Der Grund dafür liegt vorwiegend in der

zunehmenden Komplexität der medienbezogenen Ausstattung der Haushalte. Insbesondere die Verbreitung von Swisscom TV und Cablecom digital tv haben zu einem erhöhten Einsatz der SIP-Adapter im Panel geführt.

Rund 80 technische Einsätze vor Ort im Berichtsjahr betreffen Haushalte, die sich während der Rekrutierung zwar bereit erklären, sich an der Erhebung der Fernsehdaten zu beteiligen, aber letztlich nicht unter Messung genommen werden können: Entweder zieht der Haushalt seine ursprüngliche Zustimmung wieder zurück oder die im Haushalt vorhandenen Geräte können technisch nicht vollständig erfasst werden. Mit der teilweisen Erfassung der HDMI-verbundenen Set-Top-Boxen ab Mitte 2010 hat sich die Zahl dieser Einsätze allerdings merklich reduziert.

Ausblick

Trotz zahlreicher Neuerungen sind die Messmöglichkeiten der aktuell eingesetzten Geräte nicht beliebig erweiterbar. Zwar ist die Messung in HD-Qualität grundsätzlich möglich, allerdings nur in Haushalten mit wenigen über HDMI verbundenen Komponenten. Je mehr sich die Haushaltsausstattung in Richtung mehrerer Peripheriegeräte mit HDMI-Anschluss entwickelt, desto höher wird der Bedarf an weiteren zusätzlichen Messkomponenten. Das zeitversetzte Fernsehen kann zwar heute erfasst werden, aber nur summarisch und zusammen mit anderen «nicht-live» Nutzungsformen (Video, DVD, Spiele). Die Erfassung der mobilen Nutzung ist noch nicht möglich, ebenso wenig die zeitverzögerte oder zeitversetzte Nutzung.

Im Wissen über die technischen Entwicklungen der Medienbranche und die Bedürfnissen der Nutzer der Medienforschung hat die *Mediapulse Gruppe* im Geschäftsjahr 2010 die Evaluation eines neuen Fernsehmesssystems vorangetrieben. Eine diesbezügliche Entscheidung ist für den Herbst 2011 und die operative Einführung des dann gewählten Systems auf den 1. Januar 2013 geplant. Je schneller der operative Einsatz des neuen Messsystems gelingt, desto geringer wird die bis dahin entstehende Messlücke und der daraus resultierende Datensprung sein. Neben dem grössten Messumfang der Messgeräte spielen bei der Wahl des künftigen Systems aber auch die einfache Installation und Wartung, die Zuverlässigkeit im Betrieb und die Akzeptanz in den Haushalten eine wesentliche Rolle.

Radio

Die Radionutzung wird seit 2001 mit Hilfe eines Messgerätes in Form einer Armbanduhr erfasst. Die Messung ist damit mobil und – anders als bei Befragungsmethoden – unabhängig von der aktiven Beteiligung und dem Erinnerungsvermögen der Teilnehmenden. Im rollenden *Mediapulse Radiopanel* wird das Radiohören täglich von 1012 uhrentragenden Personen rund um die Uhr erfasst. Pro Semester nehmen 26000 Personen an der Radiomessung teil.

In den Vorjahren wurde die Stichprobe grundlegend überarbeitet. Aus der Kombination von Tagesgewichtung und Periodengewichtung wurde eine höhere Zuverlässigkeit der Nutzungsdaten erreicht. Zudem hat die Stichprobe an dauerhafter Stabilität gewonnen, da

zukünftige Anpassungen bei den Konzessionsgebieten ohne einschneidende Veränderung der Stichprobe umgesetzt werden können.

Seit Mitte 2010 wird neu die Nutzung via DAB+ (Digital Audio Broadcasting) zuverlässig gemessen und ausgewiesen. Auch für «DAB+ only» Programme offeriert die *Mediapulse Gruppe* den Datenbezug. Für DAB+ Programme, welche zugleich über andere Vektoren (UKW, Kabel) verbreitet werden, können hingegen noch keine spezifischen DAB+ Daten angeboten werden. Die Nutzung dieser Programme fliesst zwar in die Erfassung der Nutzung über alle Vektoren mit ein, ein differenzierter Ausweis zwischen analoger und digitaler Nutzung ist aber technisch nicht möglich.

Im Geschäftsjahr 2010 wurde an einer Flexibilisierung der Quotenanteile nach Alter und Geschlecht gearbeitet. Ab 1. Januar 2011 erfolgt die Uhrenverteilung pro Rekrutierungszone zwar weiterhin konstant, allerdings kann die Verteilung betreffend Alter und Geschlecht variieren. Im Ergebnis reduziert dies den bisherigen Gewichtungsaufwand für die Stichprobe.

Im Rahmen der User Commission wurde ein Ausschuss gebildet, welcher nach Lösungen sucht, um die Teilnahmebereitschaft jüngerer Uhrenträger im Panel zu steigern. Ziel ist es, die Tragedisziplin der jungen Panellisten zu verbessern und ihre Verweildauer im Panel zu erhöhen. Die *Mediapulse Gruppe* informiert ihre Kunden im Rahmen des passwortgeschützten Bereiches Closed User Group auf der Website mediapulse.ch regelmässig über die Ausfallquoten sowohl

der Uhren als auch der Referenzaufzeichnungen der Programme.

Ausblick

Ab dem 1. Januar 2011 gelten neue Regeln über die Zuordnung der gemessenen Nutzung bei Programmübernahmen oder bei gemeinsam produzierten Programmen (sogenanntes Simulcasting), dies sowohl innerhalb der Gattung Radio als auch zwischen Radio und Fernsehen. Dabei erhalten Plausibilitätsüberlegungen zum Verhalten der Hörer den Vorrang gegenüber Prioritätsregeln (Zuordnung nach Produzent), wobei die Gesamthörerschaft von gemeinsam ausgestrahlten Programmen weiterhin ausgewiesen werden kann.

Bezüglich Messung der Radionutzung im Internet verfolgt die *Mediapulse Gruppe* zwei verschiedene Stossrichtungen: Als Single Source Ansatz ist eine Anpassung der heute eingesetzten Messuhr mit einer auf 60 Sekunden verlängerten Referenzaufzeichnung zurzeit die aussichtsreichste Möglichkeit. Die entsprechenden Entwicklungsarbeiten sind im Gange; ob sie zum Erfolg führen, kann im Laufe des Jahres 2011 eingeschätzt werden. Sind sie erfolgreich, ist die Einführung im Radiopanel auf Mitte 2012 geplant. Als Multi Source Ansatz wird auch die Messung der Webradionutzung in Zusammenarbeit mit der NET-Matrix AG geprüft.

New Establishment Survey (NES)

Mit dem New Establishment Survey erhebt die *Mediapulse Gruppe* jährlich die Verbreitung und den Gebrauch von Technologien und Anwendungen zum

Empfang, zur Speicherung und zur Wiedergabe von Fernseh- und Radioprogrammen. Diese Studie basiert auf einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung (10000 Interviews auf Haushaltsbasis und 10000 Interviews auf Personenbasis) und entspricht einer zentralen Forderung des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG). Die dabei gewonnenen Daten über die Verbreitung der technischen Empfangs- und Nutzungsmöglichkeiten dienen auch der Bestimmung der Hochrechnungsfaktoren (Fernsehichte) und der Evaluation der von der *Mediapulse Gruppe* betriebenen Messpanels. Das Frageprogramm ist so gestaltet, dass sowohl in der Dimension «Technologiezugang bzw. -ausstattung» als auch auf der Ebene «Technologieverwendung» crossmediale Analysen über die Mediengattungen Fernsehen, Radio und Internet möglich sind.

Nach der Phase der Neukonzeption stand das Geschäftsjahr 2010 im Zeichen der Qualitätskontrolle, der Dokumentation und Ergebnispublikation. Neben internen Qualitätskontrollen wurde der New Establishment Survey 2010 einer Prüfung durch die Medienwissenschaftliche Kommission unterzogen. Die Publikation der Jahresergebnisse 2010 erfolgt durch ein Online-Auswertungstool, das kundenspezifische Kalkulationen und Korrelationen von Verbreitungswerten (Haushaltsausstattung) nach Regionen, Ortsgrößen und Haushaltsmerkmalen erlaubt. Im Geschäftsjahr 2010 wurde der New Establishment Survey besonders von der Kundengruppe der Veranstalter genutzt.

Ab 2011 wird im New Establishment Survey neu das Merkmal «haushalts-

führende Person» erhoben, damit dieses zukünftig im Fernsehpanel integriert bzw. gewichtet werden kann. Dabei gilt es, insbesondere eine Lösung für einen Haushalt mit zwei haushaltsführenden Personen zu finden.

Zusatzgeschäft

Time Use Study (TUS)

Die auf breites Interesse stossende Time Use Study ist die einzige allmediale Studie der Schweiz, welche nicht nur Kontaktangaben liefert, sondern auch Angaben über die Nutzungsdauer. Sie verbindet ausserdem die Nutzung von Medien und Empfangsgeräten mit Tagesabläufen und Tätigkeiten (zu Hause oder ausser Haus). Diese drei Dimensionen lassen sich mit soziodemographischen Merkmalen innerhalb der Sprachregionen kombinieren. Seit 2007 wurden drei Befragungen mit je 3200 Interviews innerhalb der Schweizer Wohnbevölkerung ab 12 Jahren durchgeführt. Die Besonderheit der Time Use Study besteht in der Feinkörnigkeit der Informationen über Ort, Zeit und Empfangsgerät bei der Mediennutzung. Neben der Publikation in Berichtsform mit tabellarischem Anhang werden im Rahmen des Jahresberichtes einige Ergebnisse in graphischer und tabellarischer Form publiziert. Seit 2010 bietet die *Mediapulse Gruppe* auch ein Auswertungstool an, das den Kunden online individuelle Analysen erlaubt.

KommTech Studie

In Kooperation mit der Interessengemeinschaft elektronische Medien (IGEM) wird jährlich die KommTech-Studie durch-

geführt, bei der aktuelle Marktentwicklungen und Kundenbedürfnisse gemeinsam mit der IGEM abgestimmt werden. Bereits 2009 wurde die Mischung von Haushalt- und Personenbefragung aufgegeben; seitdem erhebt die Studie konsequent nur die personenbezogene Nutzung von Zugangstechnologien und Geräten. Wie bisher befasst sich die Studie mit Medien, die Audio- und Videosignale verbreiten (live oder on-demand) und berücksichtigt konventionelle und digitale Verbreitungswege sowie die Vernetzung von Unterhaltungs- und Kommunikationstechnologien, deren Abgrenzung schwindet.

Die methodischen Veränderungen im Jahr 2009 stellen den Beginn einer neuen Zeitreihe dar. 2500 befragte Personen ab 15 Jahren aus allen drei Sprachregionen tragen zur Bildung von KommTech-Typen bei. Die Interviews werden neu im November über den Taxibus abgewickelt, so dass die Ergebnisse zu Beginn des folgenden Jahres vorliegen. Die Daten sind in Form eines Standardreports in pdf-Format erhältlich und können mit Hilfe eines Online-Auswertungstools analysiert werden. Im Geschäftsjahr 2010 wurde die KommTech Studie von allen Kundengruppen bezogen.

Taxibus

Die in den Mediapulse Fernseh- und Radiopanel erhobenen quantitativen Nutzungsdaten widerspiegeln Marktentwicklungen und Nutzungsgewohnheiten und lassen somit Analysen über den Erfolg von Programmen und Sendungen zu. Hingegen enthalten sie keine Angaben über die Gründe der Beliebtheit einer bestimmten Sendung, über Nutzungs-

motive und Umschaltgründe; sie geben höchstens Anlass zu entsprechenden Hypothesen. Solche Hypothesen können mittels gezielter quantitativ-qualitativer Befragungen überprüft werden.

Diese kundenindividuellen telefonischen Befragungen werden seit 2009 als Taxibus angeboten und im Zusatzgeschäft ausgewiesen. Die Anzahl der Befragungen konnte im Geschäftsjahr 2010 gegenüber dem Vorjahr verdoppelt werden, wobei die Nachfrage vor allem aus der Kundengruppe der Veranstalter erfolgte.

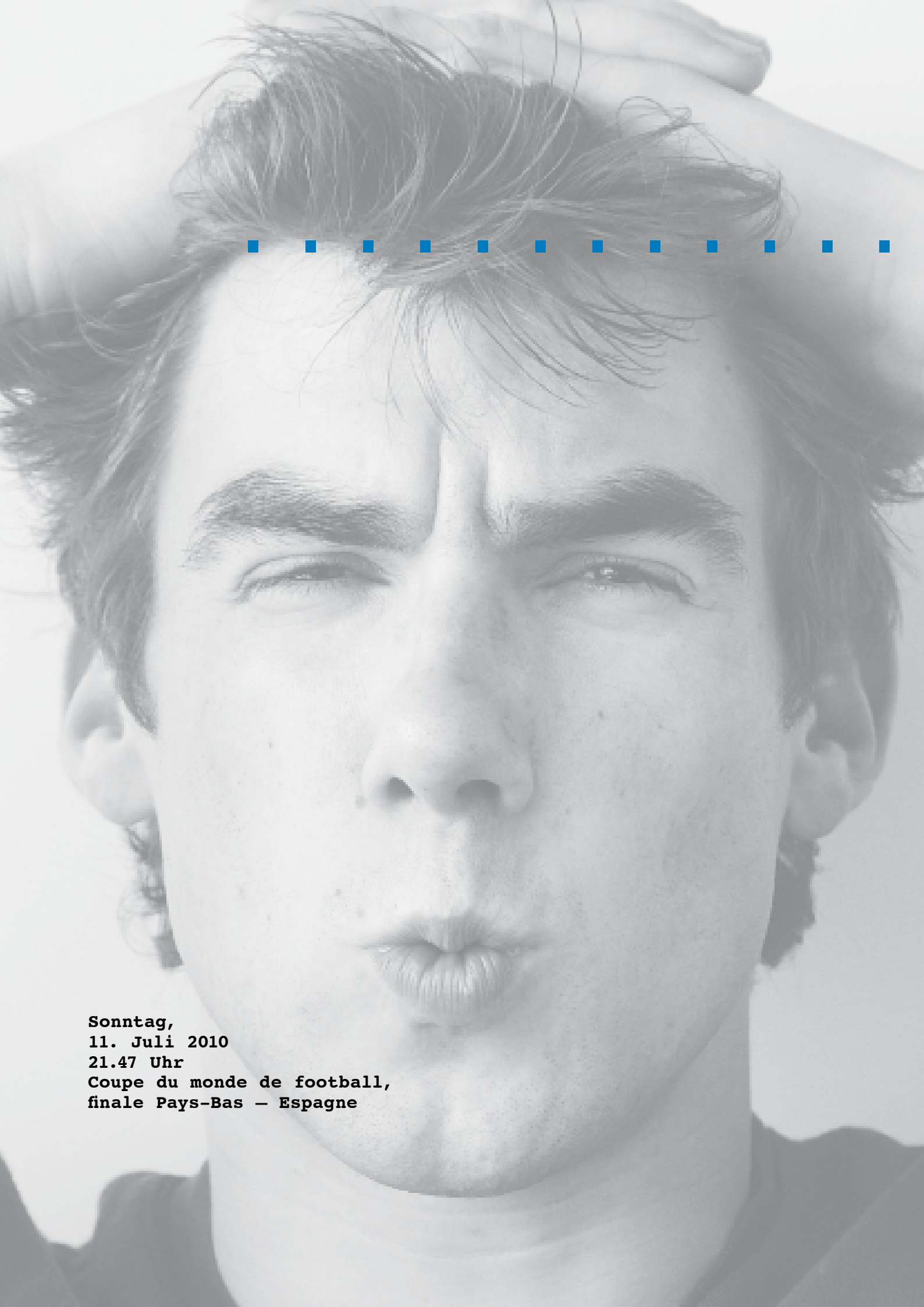
Der Taxibus greift auf einen Pool mit ca. 35000 Zielpersonen ab 14 Jahren zurück, der aus dem New Establishment Survey resultiert. Er bietet monothematische Befragungen auf der Basis einer Quotenstichprobe (Sprachregion, Geschlecht, Alter) für kundenspezifisch zugeschnittene Zielgruppen und innerhalb flexibler Erhebungszeiträume. Die telefonischen Befragungen benötigen eine Vorlaufzeit von nur vier Arbeitstagen, können 2 bis 20 Minuten dauern und umfassen Stichproben von mindestens 500 bis etwa 5000 Befragten. Die Daten stehen in SPSS und als Exceltabellen zur Verfügung und werden je nach Bedarf der Kunden zusammen mit Powerpoint Charts und Management Summaries geliefert.

Werbeplanung mit EvoAd / PIN-Daten

Mit der Abgabe der Fernsehnutzungsdaten in Form von «Personen-individuellen Nutzungsdaten» (PIN-Daten) sollen die Möglichkeiten der Werbeplanung dem internationalen Standard angeglichen und die Planung und Optimierung von Werbezeiten erleichtert


werden. Ursprünglich war geplant, diese Daten ab Sommer 2010 im Paket mit der Fernseh-Planungssoftware EvoAd für die Werbeplanung und -optimierung anzubieten. Diese Planungssoftware ist in Modulen aufgebaut und deckt das gesamte Anforderungsspektrum im Bereich Werbeproggnose, -planung, -kontrolle und -monitoring ab.

Die Arbeiten an Pflichtenheft, Umsetzung in der Software und deren Tests nahmen viel Zeit aller Beteiligten in Anspruch, trotz aller Anstrengungen gelang es aber bisher nicht, alle Anforderungen unter einen Hut zu bringen. Die *Mediapulse Gruppe* wird die PIN-Daten für den Werbemarkt im 2011 auf den Markt bringen, voraussichtlich aber nur mit einzelnen Modulen aus dem EvoAd Softwarepaket.



**Sonntag,
11. Juli 2010
21.47 Uhr
Coupe du monde de football,
finale Pays-Bas – Espagne**

Finanzergebnisse



Die Mediapulse Gruppe erwirtschaftet 2010 einen Gewinn von 623 TCHF trotz Rückgang des Gesamtertrages und bildet Reserven für den anstehenden Wechsel des Fernsehmesssystems.

Die konsolidierte Jahresrechnung basiert auf den nach einheitlichen Bewertungs- und Gliederungsgrundsätzen erstellten Abschlüssen der Stiftung und ihrer Tochtergesellschaften. Die zu 100 % beherrschten Einzelgesellschaften *Mediapulse AG* und *Publica Data AG* werden nach der Methode der Vollkonsolidierung einbezogen. Die Aktiven und Passiven sowie die Erträge und Aufwendungen werden vollständig erfasst. Gruppeninterne Aktiva und Passiva sowie gruppeninterne Erträge und Aufwendungen werden gegeneinander verrechnet. Zwischengewinne (noch nicht durch Verkäufe an Dritte realisiert) aus gruppeninternen Lieferungen und Leistungen werden nicht berücksichtigt.

Die Jahresrechnung wurde nach den Grundsätzen des schweizerischen Obligationenrechtes erstellt und vermittelt ein sicheres Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Mediapulse Gruppe. Der Abschlussstichtag für die Gruppe und die vollkonsolidierten Einzelgesellschaften ist der 31. Dezember.

Die Jahresrechnung 2010 der *Mediapulse AG* und der *Publica Data AG* wurde von den Verwaltungsräten an ihrer gemeinsamen Sitzung vom 12. April 2011 verabschiedet und dem Stiftungsrat zur Annahme empfohlen. Die Jahresrechnung 2010 der *Mediapulse Stiftung* sowie die konsolidierte Jahresrechnung der *Mediapulse Gruppe* wurden vom Stiftungsrat an seiner Sitzung vom 12. April 2011 genehmigt.

Erfolgsrechnung

Die *Mediapulse Gruppe* hat im Geschäftsjahr 2010 einen Ertrag von 18934 TCHF und einen Unternehmensgewinn von 623 TCHF erwirtschaftet. Auf das Kerngeschäft (Erhebung der Nutzungsdaten) entfallen 18245 TCHF (Vorjahr: 18672 TCHF) des Gesamtertrages. Der Rückgang der Erträge gegenüber dem Vorjahr ist hauptsächlich auf tiefere Beiträge der Eidgenossenschaft zurückzuführen, die im Vorjahr zusätzlich 701 TCHF für Ausbauarbeiten in beiden Panels und in das Stichprobenverfahren umfassten. Hingegen konnten die Kundenträge leicht ausgebaut werden.

Nach Abzug aller Aufwendungen für Produktion, Personal, Betrieb und Abschreibungen verbleibt der *Mediapulse Gruppe* ein Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern in Höhe von 494 TCHF (Vorjahr: 310 TCHF). Das deutlich höhere Betriebsergebnis gegenüber dem Vorjahr resultiert zum einen aus Einsparungen im Produktionsaufwand und zum anderen aus dem Wegfall von Abschreibungen für Anlagen aus dem Jahr 2006.

Das Betriebsergebnis wird durch den Zinsaufwand aus dem Darlehen der SRG SSR für die Übernahme von Anlagen belastet, das Darlehen wurde 2010 allerdings vollständig getilgt. Zugleich wirkt sich der periodenfremde Erfolg positiv auf das Betriebsergebnis aus. Der Unternehmensgewinn 2010 steigt auf 623 TCHF (Vorjahr: 299 TCHF).

Die Stiftung und ihre Tochtergesellschaften sind seit 2008 von der Steuerpflicht auf Gewinn und Kapital befreit. Deshalb werden für die *Mediapulse Gruppe* keine Aufwendungen für Steuern ausgewiesen.

Ertrag und Bruttoergebnis 1

CHF 1'000	2010	2009
Betrieblicher Gesamtertrag	18'934	19'807
Kerngeschäft	18'245	18'672
Zusatzgeschäft	1'243	1'335
Ertragsminderungen	-554	-200
Produktionsaufwand	11'007	12'335
Kerngeschäft	10'285	11'187
Zusatzgeschäft	722	1'148
Bruttoergebnis 1 (ohne Ertragsminderungen)	8'481	7'672
Kerngeschäft	7'960	7'485
Zusatzgeschäft	521	187

Die Erträge und die Produktionsaufwendungen (ohne Löhne) werden nach Kern- und Zusatzgeschäft unterschieden. Das Kerngeschäft beinhaltet den gesetzlichen Auftrag, Nutzungsdaten für Fernsehen und Radio zu erheben und wird durch Beiträge der Eidgenossenschaft unterstützt. Im Vorjahr enthält der Ertrag zusätzlich 701 TCHF direkte Beiträge an Innovationen und für den Panelausbau, die in derselben Höhe im Produktionsaufwand enthalten sind. Das Bruttoergebnis 1 im Kerngeschäft steigt gegenüber dem Vorjahr, da im Produktionsaufwand namhafte Einsparungen erzielt werden konnten.

CHF 1'000	2010	2009
Kerngeschäft	18'245	18'672
Beiträge Eidgenossenschaft	1'023	1'478
Kunden	17'222	17'194
Veranstalter	10'094	9'870
Vermarkter	6'821	6'899
Mediaagenturen	122	102
Verbreiter, Telco und Vereine	185	323
Zusatzgeschäft	1'243	1'335
Projekte	712	687
Übriges	531	648

Die Kundenerträge im Kerngeschäft entwickelten sich stabil. Lediglich die tieferen Beiträge der Eidgenossenschaft führen zu einem leicht rückläufigen Gesamtertrag im Kerngeschäft. Trotz eines schwierigen Marktumfeldes ist ein Zuwachs der Erträge durch den Gewinn von Neukunden im Bereich der Veranstalter und Mediaagenturen zu verzeichnen.

Das Zusatzgeschäft wird unterteilt in Projekte und übrigen Ertrag. Das Geschäftsfeld Projekte enthält Planungsdaten für Werbeangebote, Studien (Time Use Study, KommTech Studie und Taxibus) sowie kundenspezifische Einzelprojekte. Insgesamt konnte der Ertrag im Bereich der Projekte gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden.

Im Vorjahr resultierte knapp die Hälfte des Ertrages im Zusatzgeschäft aus der Lizenzverrechnung im Auftrag der SRG SSR (übriger Ertrag). Diese Verrechnungsaufgaben wurden seitens der SRG SSR gekündigt (Verkauf der Lizenzen), so dass im übrigen Ertrag im Wesentlichen nur noch Mieteinnahmen aus Untervermietung von Büroräumlichkeiten enthalten sind.

Aufwand

CHF 1'000	2010		2009	
Betrieblicher Gesamtertrag	18'934		19'807	
Aufwand				
Produktionsaufwand (ohne Löhne)	11'007	58,1 %	12'335	62,3 %
Personalaufwand	4'355	23,0 %	3'759	19,0 %
Übriger Betriebsaufwand	1'370	7,2 %	1'370	6,9 %
Abschreibungen	1'708	9,0 %	2'033	10,3 %

Der Anteil des Produktionsaufwandes und der Abschreibungen am Gesamtertrag sinkt im Vergleich zum Vorjahr auf unter 70 %. Im Geschäftsjahr 2010 ist ein deutlicher Rückgang im Produktionsaufwand um 1328 TCHF zu verzeichnen, wovon 701 TCHF auf im Vorjahr von der Eidgenossenschaft finanzierte Innovationen entfallen und weitere 627 TCHF aus Einsparungen bei den neu verhandelten Betriebsverträgen resultieren. Mit Blick auf den angestrebten Wechsel der Messgeräte im Fernhemesspanel wurde im Jahr 2010 eine Verkürzung der Abschreibungsdauer für alle Anlagen im Fernsehbereich auf Ende 2012 vorgenommen, die zu einem Anstieg der Abschreibungen führt. Im Vergleich zum Vorjahr ist dennoch ein Rückgang bei den Abschreibungen zu verzeichnen, der vor allem aus dem Wegfall von Abschreibungen für Anlagen aus dem Jahr 2006 im Bereich des Kerngeschäftes resultiert.

CHF 1'000	2010	2009
Personalaufwand	4'355	3'759
Löhne und Gehälter	3'312	2'775
Sozialleistungen und übriger Personalaufwand	795	731
Honorare (Verwaltungsräte, MWK)	248	253
Vollzeitbeschäftigte per 31.12.	29	25

Die Entwicklung des Personalaufwandes 2010 steht im Zusammenhang mit der personellen Verstärkung in den Bereichen Forschung und Marketing und Verkauf.

Finanzergebnis und ausserordentliches Ergebnis

CHF 1'000	2010	2009
Finanzergebnis	-23	-109
Finanzertrag	6	8
Finanzaufwand	29	117
Ausserordentliches Ergebnis	153	97
Ausserordentlicher Ertrag	165	141
Ausserordentlicher Aufwand	12	44

Der Finanzaufwand beinhaltet die Verzinsung aus dem Darlehen der SRG SSR für die Übernahme von Anlagen bei Gründung der *Mediapulse AG*. Das Darlehen wurde 2010 vollständig getilgt. Im ausserordentlichen Erfolg sind vor allem einmalige periodenfremde Erträge und Aufwendungen enthalten.

Bilanz

Zum Jahresende 2010 beträgt die Bilanzsumme der *Mediapulse Gruppe* 9974 TCHF (Vorjahr: 12606 TCHF). Die Aktiven setzen sich zusammen aus 64 % Umlaufvermögen und 36 % Anlagevermögen. Den Aktiven stehen auf der Passivseite 63 % Fremdkapital und 37 % Eigenkapital gegenüber. Insgesamt steigt die Eigenkapitalbasis und damit der Eigenfinanzierungsgrad gegenüber dem Vorjahr.

Auf der Aktivseite nimmt das Umlaufvermögen gegenüber dem Vorjahr ab, was vor allem aus dem Rückgang der aktiven Rechnungsabgrenzung für die noch nicht erfolgte Zahlung der bereits bewilligten Beiträge der Eidgenossenschaft und dem Rückgang der Forderungsbestände resultiert. Gleichzeitig bewirken eine rückläufige Investitionstätigkeit und der Wegfall von Anlagen aus dem Jahr 2006 infolge tieferer Abschreibungen einen Rückgang des Anlagevermögens.

Auf der Passivseite bestehen Ende 2010 keine langfristigen Finanzverbindlichkeiten mehr, da das Darlehen der SRG SSR für die Übernahme von Anlagen vollständig getilgt wurde. Zugleich sinken die kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Der Anstieg des Eigenkapitals ist auf den ansteigenden Gewinn der *Mediapulse Gruppe* im Geschäftsjahr 2010 zurückzuführen.

Aktiven

CHF 1'000	31.12.2010	31.12.2009
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1'270	2'099
gegenüber Dritten	1'775	2'199
Delkredere	-533	-120
Übrige Forderungen	28	20

Bei der Bewertung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden allfällige Risiken der Kunden im Pauschalwertverfahren berücksichtigt. Die Forderungen sind alle kurzfristig. Zudem wurden 2010 Forderungen aus dem Lizenzgeschäft im Auftrag der SRG SSR (übriger Ertrag) im Rahmen des Verkaufs vollständig wertberichtigt.

CHF 1'000	
Sachanlagen	
Anschaffungskosten	
Bestand per 31.12.2009	11'712
Zugänge	795
Abgänge	0
Bestand per 31.12.2010	12'507
Kumulierte Abschreibungen	
Bestand per 31.12.2009	7'187
Zugänge	1'708
Abgänge	0
Bestand per 31.12.2010	8'895
Nettobuchwert	
am 31.12.2009	4'525
am 31.12.2010	3'612

Die Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich der kumulierten Abschreibungen bewertet. Fremdkapitalzinsen werden nicht aktiviert. Die kumulierten Abschreibungen umfassen die linearen Abschreibungen bis zum Bilanzstichtag, wobei für Anlagen des Fernsehmesssystems das Abschreibungsende einheitlich auf Ende 2012 festgesetzt wurde.

Passiven

CHF 1'000	31.12.2010	31.12.2009
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	733	1'756
gegenüber Dritten	654	1'197
Anzahlung von Kunden	0	16
Übrige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	79	543
Langfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0	1'538
Übrige Verbindlichkeiten	0	1'538

Die langfristigen Verbindlichkeiten im Vorjahr enthalten die Finanzverbindlichkeit aus dem Darlehen der SRG SSR für die Übernahme von Anlagen, welches 2010 vollständig getilgt wurde.

CHF 1'000	
Rückstellungen	
Bestand per 31.12.2009	441
davon langfristige Rückstellungen	117
Zuweisung	276
Verwendung	24
Auflösung	268
Bestand per 31.12.2010	425
davon langfristige Rückstellungen	36

Bei den Rückstellungen handelt es sich um Guthaben aus Ferien und Überzeit. Bei Gründung der *Mediapulse AG* und Übernahme von Mitarbeitern wurden vom vorherigen Arbeitgeber Lebensarbeitszeitkonten übernommen, die ebenfalls in den Rückstellungen berücksichtigt sind und langfristigen Charakter haben.

Geldflussrechnung

Die Geldflussrechnung der *Mediapulse Gruppe* wurde nach der indirekten Methode erstellt.

Zum Jahresende 2010 ist eine deutliche Abnahme des Nettoumlaufvermögens um 391 TCHF (Vorjahr: 93 TCHF) zu verzeichnen. Der Zufluss aus Geschäftstätigkeit kann im Geschäftsjahr 2010 die Abflüsse aus Investitionen und Finanzierung nicht vollständig ausgleichen. Im Vergleich zum Vorjahr fällt der Cashflow aus Geschäftstätigkeit um 582 TCHF deutlich tiefer aus. Dieser Rückgang ist im Wesentlichen auf die geringeren Zuflüsse der Beiträge der Eidgenossenschaft zurückzuführen.

Im Jahr 2009 beantragte die *Mediapulse Gruppe* 912 TCHF, im Jahr 2010 dagegen nur 649 TCHF an Beiträgen der Eidgenossenschaft für Investitionen. Die erwarteten Zuflüsse werden periodengerecht abgegrenzt und nach Eingang in der Bilanz als Rückstellung passiviert. In der indirekten Berechnung des Cashflows aus Geschäftstätigkeit wird die Veränderung dieser Bilanzposition gegenüber dem Vorjahr ausgewiesen.

Beiträge Eidgenossenschaft für Investitionen

Die Beiträge der Eidgenossenschaft sind gemäss dem Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) zur Verwendung für Investitionen sowie für Entwicklungsvorhaben (Innovationen) vorgesehen. Die Zahlungen der Eidgenossenschaft für Investitionen werden in der Bilanz als Rückstellungen passiviert und über die Abschreibungsdauer der Anlagen anteilmässig aufgelöst.

In der BAKOM Gebührenperiode 2007 bis 2010 beteiligte sich die Eidgenossenschaft an den getätigten Investitionen von 5856 TCHF mit Beiträgen in der Höhe von insgesamt 5061 TCHF. Im Jahr 2010 wurden bezogen auf 1461 TCHF Abschreibungen insgesamt 1023 TCHF Beiträge der Eidgenossenschaft aufgelöst und sind im Ertrag der Erfolgsrechnung ausgewiesen.

CHF 1'000	Total	2010	2009	2008	2007
BAKOM Gebührenperiode					
Investitionen (TV und Radio)	5'856	649	912	2'341	1'954
Abschreibungen	6'971	1'461	2'014	1'630	1'866
2006	4'213	275	1'078	1'078	1'782
2007	1'230	364	391	391	84
2008	1'168	539	468	161	–
2009	297	220	77	–	–
2010	63	63	–	–	–
Beiträge Eidgenossenschaft für Investitionen (Zufluss)					
	5'061	649	912	2'000	1'500
davon Auflösung (Verwendung)	2'302	1'023	777	437	65
2006	0	0	0	0	0
2007	944	279	300	300	65
2008	998	461	400	137	–
2009	297	220	77	–	–
2010	63	63	–	–	–
Bestand nicht aufgelöster Beiträge Eidgenossenschaft (Rückstellung in Bilanz)					
	10'325	2'759	3'133	2'998	1'435
2006	0	0	0	0	0
2007	3'961	556	835	1'135	1'435
2008	4'328	1'002	1'463	1'863	–
2009	1'450	615	835	–	–
2010	586	586	–	–	–
Nettobelastung der Abschreibungen (Abschreibung abzgl. Auflösung)					
	4'669	438	1'237	1'193	1'801



**Mittwoch,
16. Juni 2010
12.01 Uhr
telegiornale**

Mediapulse Gruppe

Konsolidierte Bilanz per

31. Dezember

CHF	2010	2009
Aktiven		
Flüssige Mittel	3'989'709	4'113'895
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
gegenüber Dritten	1'774'545	2'199'288
Delkredere	-533'035	-119'655
Übrige Forderungen		
gegenüber Dritten	28'150	20'023
Rechnungsabgrenzungen		
gegenüber Dritten	1'102'544	1'867'749
Umlaufvermögen	6'361'914	8'081'300
Sachanlagen		
Mietereinbauten	32'484	26'570
Mobiliar	15'575	9'655
EDV	9'282	9'970
Fernsehmesssystem	2'219'997	2'812'415
Radiomesssystem	1'260'309	1'479'852
Immaterielle Anlagen		
Software	74'316	186'500
Anlagevermögen	3'611'964	4'524'962
Total Aktiven	9'973'878	12'606'262

Mediapulse Gruppe
Konsolidierte
Jahresrechnung 2010

Mediapulse Gruppe

Konsolidierte Erfolgsrechnung

CHF	2010	2009
Ertrag aus Lieferungen und Leistungen im Kerngeschäft (ohne Beiträge Eidgenossenschaft)		
Ertrag TV	12'030'662	11'987'196
Ertrag Radio	5'174'544	5'209'430
Ertrag New Establishment Survey	15'987	0
Ertrag aus Lieferungen und Leistungen im Zusatzgeschäft		
Ertrag Projekte	711'715	686'782
Übriger Ertrag	531'329	648'128
Ertragsminderung		
Delkredere	-413'376	-25'640
Rückvergütung an Kunden	-140'700	-175'900
Ertrag Beiträge Eidgenossenschaft	1'023'309	1'477'754
Betrieblicher Gesamtertrag	18'933'470	19'807'752
Produktionsaufwand im Kerngeschäft		
Produktionsaufwand TV	5'612'180	6'738'089
Produktionsaufwand Radio	4'392'347	4'207'085
Produktionsaufwand New Establishment Survey	281'200	242'008
Produktionsaufwand im Zusatzgeschäft		
Produktionsaufwand Projekte	780'756	637'241
Übriger Produktionsaufwand	-59'106	510'706
Personalaufwand	4'354'520	3'759'159
Raumaufwand	389'631	318'166
Unterhalt Reparaturen und Ersatz	23'440	23'564
Verwaltungs- und Informatikaufwand	814'206	779'877
Werbeaufwand	103'852	157'972
Vorsteuerkürzung bei der Mehrwertsteuer	39'120	90'000
Abschreibungen	1'708'101	2'032'935
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern	493'223	310'950
Finanzertrag	5'562	8'233
Finanzaufwand	28'982	117'355
Ordentliches Unternehmensergebnis (vor Steuern)	469'803	201'828
Ausserordentlicher Ertrag (periodenfremd)	165'322	141'456
Ausserordentlicher Aufwand (periodenfremd)	11'890	44'332
Jahresgewinn / -verlust	623'234	298'952

CHF	2010	2009
Passiven		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
gegenüber Dritten	653'895	1'196'415
Anzahlungen von Kunden	0	16'000
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	78'806	543'886
Rechnungsabgrenzungen gegenüber Dritten	2'362'350	2'666'283
Fremdkapital kurzfristig	3'095'050	4'422'584
Rückstellungen		
Ferien, Überzeit	425'092	441'182
Nicht aufgelöste Beiträge Eidgenossenschaft für Investitionen	2'759'220	3'133'215
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	0	1'538'000
Fremdkapital langfristig	3'184'313	5'112'397
Stiftungskapital	2'045'000	2'045'000
Kapitalaufrechnungsdifferenzen	115'383	115'383
Gewinnreserven		
Gewinnvortrag	910'898	611'947
Jahresgewinn/-verlust	623'234	298'952
Eigenkapital	3'694'515	3'071'281
Total Passiven	9'973'878	12'606'262

Mediapulse Gruppe

Konsolidierte Geldflussrechnung per 31. Dezember

CHF	2010	2009
Anfangsbestand Netto-Umlaufvermögen	3'658'716	3'752'171
Geschäftsbereich (Innenfinanzierung)		
Gewinn	623'234	298'952
Abschreibungen	1'708'101	2'032'935
Bildung Rückstellung Ferien und Überzeit	-16'090	55'789
Nicht aufgelöste Beiträge Eidgenossenschaft	-373'995	135'557
Cashflow aus Geschäftstätigkeit (indirekt)	1'941'250	2'523'232
Investitionsbereich		
Desinvestitionen	0	0
Investitionen	-795'103	-1'116'687
Cashflow aus Investitionen	-795'103	-1'116'687
Finanzierungsbereich (Aussenfinanzierung)		
Finanzierungen	0	0
Definanzierungen	-1'538'000	-1'500'000
Cashflow aus Finanzierungen	-1'538'000	-1'500'000
Zu- / Abnahme Netto-Umlaufvermögen	-391'853	-93'455
Endbestand Netto-Umlaufvermögen	3'266'863	3'658'716

Mediapulse Gruppe

Anhang zur Jahresrechnung

1. Rechnungslegungs- und Konsolidierungsgrundsätze

Die Rechnungslegung erfolgt nach den Vorschriften des Obligationenrechts.

Die Konsolidierung wird zu den Buchwerten der in die Konsolidierung einbezogenen Gesellschaften vorgenommen. Die Erstkonsolidierung wird nach der Purchase Methode vorgenommen, wobei der Kaufpreis der Beteiligung mit dem anteiligen Buchwert der Nettoaktiven verrechnet wird. Eine positive Differenz wird unter dem Eigenkapital als «Kapitalaufrechnungsdifferenz» ausgewiesen. Ein negativer Betrag würde als Goodwill bilanziert und innert 5 Jahren abgeschrieben.

Beteiligungen mit einer Beteiligungsquote über 50 % werden nach der Methode der Vollkonsolidierung in die konsolidierte Jahresrechnung einbezogen. Solche mit einer Beteiligungsquote von 20–50 % nach der Equitymethode. Beteiligungen mit einer Beteiligungsquote von unter 20 % werden zu den Anschaffungswerten abzüglich betriebswirtschaftlich notwendigen Wertberichtigungen bilanziert.

Forderungen und Verpflichtungen sowie Aufwendungen und Erträge unter Gruppengesellschaften werden eliminiert.

2. Konsolidierungskreis

Folgende Gesellschaften werden in die Konsolidierung einbezogen:

	Anteil in %	Grundkapital einbezahlt in CHF	Konsolidierungs- methode	
			2010	2009
Mediapulse AG für Medienforschung, Bern	100	2'000'000	voll	voll
Publica Data AG, Bern ¹⁾	100	50'000	voll	voll

¹⁾Anschaffung auf den 1.1.2008

3. Nicht bilanzierte Leasingverpflichtungen

CHF	2010	2009
Fahrzeuge	64'719	5'035

4. Brandversicherungswerte der Sachanlagen

CHF	2010	2009
Sachanlagen (bezogen auf Anschaffungskosten)	5'787'000	5'787'000

5. Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen

CHF	2010	2009
Gemini Sammelstiftung	956	948

6. Übrige Angaben zur Jahresrechnung

CHF	2010	2009
Verbuchte Abschreibungen auf Investitionen 2007	364'137	390'525
Davon aufgelöste Beiträge Eidgenossenschaft	279'730	300'001
Verbuchte Abschreibungen auf Investitionen 2008	539'288	468'307
Davon aufgelöste Beiträge Eidgenossenschaft	460'630	400'001
Getätigte Investitionen 2009 gemäss RTVG	0	912'391
Beiträge Eidgenossenschaft Investitionen	0	912'391
Beiträge Eidgenossenschaft Innovationen	0	700'920
Verbuchte Abschreibungen auf Investitionen 2009	220'422	76'832
Davon aufgelöste Beiträge Eidgenossenschaft	220'422	76'832
Aufgelöste Beiträge Eidgenossenschaft Innovationen	0	700'920
Getätigte Investitionen 2009 gemäss RTVG	649'314	0
Beiträge Eidgenossenschaft	649'314	0
Verbuchte Abschreibungen auf Investitionen	62'527	0
Davon aufgelöste Beiträge Eidgenossenschaft	62'527	0

7. Angaben zur Durchführung einer Risikobeurteilung

Der Stiftungsrat der *Mediapulse Stiftung* hat die Verwaltungsräte mit der Risikobeurteilung für die gesamte *Mediapulse Gruppe* (*Mediapulse Stiftung*, *Mediapulse AG* und *Publica Data AG*) beauftragt. Es werden die wesentlichen Risiken erfasst. Diese werden laufend überwacht und bei Bedarf würden die notwendigen Massnahmen eingeleitet.

8. Rechnungslegungsgrundsätze / Stetigkeit

Im Jahr 2006 wurden von der SRG SSR Fernseh- und Radiomessanlagen übernommen. Die Abschreibungen in den Jahren 2006 und 2007 berechneten sich auf der Basis der linearen Abschreibung über 3 Jahre. Im Geschäftsjahr 2008 wurde die Nutzungsdauer um ein Jahr verlängert, da die Anlagen immer noch verwendet werden. Deswegen wird die restanzliche Abschreibung für das Jahr 2008 von total 1 409 126 CHF neu auf die Jahre 2008 und 2009 verteilt. Somit betragen die Abschreibungen auf diesen Anlagen in den Jahren 2008 und 2009 je total 704 563 CHF.

Die aktivierten Fernsehmessanlagen sollen bis zum 31. Dezember 2012 verwendet werden und das neue Fernsehmesssystem wird ab dem Jahr 2013 in Betrieb genommen. Aus diesem Grund werden alle Investitionen ins aktuelle Fernsehmesssystem bis Ende des Jahres 2012 linear abgeschrieben. Die lineare Abschreibung auf den Investitionen vor dem Jahr 2010 erfolgt vom Buchwert per 31. Dezember 2009. Alle Investitionen des Jahres 2010 werden vom Anschaffungswert linear bis zum 31. Dezember 2012 abgeschrieben. Zudem verändert sich die Auflösung der Beiträge Eidgenossenschaft im gleichen Verhältnis.



KPMG AG
Wirtschaftsprüfung
Hofgut
CH-3073 Gümligen-Bern

Postfach
CH-3000 Bern 15

Telefon +41 31 384 76 00
Telefax +41 31 384 76 47
Internet www.kpmg.ch

Bericht über die Review an den Stiftungsrat der

Mediapulse Stiftung für Medienforschung, Bern

Auftragsgemäss haben wir eine Review der konsolidierten Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Mediapulse Stiftung für Medienforschung für das am 31. Dezember 2010 abgeschlossene Geschäftsjahr vorgenommen.

Für die konsolidierte Jahresrechnung ist der Stiftungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, aufgrund unserer Review einen Bericht über die konsolidierte Jahresrechnung abzugeben.

Unsere Review erfolgte nach dem Schweizer Prüfungsstandard 910. Danach ist eine Review so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der konsolidierten Jahresrechnung erkannt werden, wenn auch nicht mit derselben Sicherheit wie bei einer Prüfung. Eine Review besteht hauptsächlich aus der Befragung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie analytischen Prüfungshandlungen in Bezug auf die der konsolidierten Jahresrechnung zugrunde liegenden Daten. Wir haben eine Review, nicht aber eine Prüfung, durchgeführt und geben aus diesem Grund kein Prüfungsurteil ab.

Bei unserer Review sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die konsolidierte Jahresrechnung nicht Gesetz und Stiftungsurkunde entspricht.

KPMG AG

Stefan Andres
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

Olivier Devaud
Zugelassener Revisionsexperte

Gümligen-Bern, 18. März 2011

Beilage:

- Konsolidierte Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)

Mediapulse Stiftung
Jahresrechnung 2010

Mediapulse Stiftung

Erfolgsrechnung

CHF	2010	2009
Ertrag Namensrechte	170'000	170'000
Beiträge Eidgenossenschaft (Zufluss)	649'314	1'613'311
Finanzertrag	304'714	200'649
Ausserordentlicher Ertrag (periodenfremd)	0	2'400
Gesamtertrag	1'124'028	1'986'360
Weiterleitung Beiträge Eidgenossen- schaft an Mediapulse AG	649'314	1'613'311
Entschädigungen Stiftungsrat	36'956	12'812
Verwaltungs- und Informatikaufwand	81'726	71'357
Werbeaufwand	1'115	7'146
Finanzaufwand	41	1'462
Ausserordentlicher Aufwand (periodenfremd)	3'040	6'303
Gesamtaufwand	772'191	1'712'391
Jahresgewinn / -verlust	351'837	273'969

Mediapulse Stiftung

Bilanz per 31. Dezember

CHF	2010	2009
Aktiven		
Flüssige Mittel	564'881	43'728
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten	26'355	17'616
Rechnungsabgrenzungen gegenüber Gesellschaften der Mediapulse Gruppe	649'314	1'613'802
Umlaufvermögen	1'240'550	1'675'146
Finanzanlagen		
Beteiligungen	2'250'000	2'250'000
Darlehen gegenüber Gesellschaften der Mediapulse Gruppe	0	150'000
Anlagevermögen	2'250'000	2'400'000
Total Aktiven	3'490'550	4'075'146

CHF	2010	2009
Passiven		
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	6'405	5'042
Rechnungsabgrenzungen gegenüber Dritten	69'400	43'200
gegenüber Gesellschaften der Mediapulse Gruppe	649'314	1'613'311
Fremdkapital	725'120	1'661'553
Stiftungskapital	2'045'000	2'045'000
Bilanzgewinn		
Gewinnvortrag	368'593	94'624
Jahresgewinn/-verlust	351'837	273'969
Eigenkapital	2'765'430	2'413'593
Total Passiven	3'490'550	4'075'146

Mediapulse Stiftung

Geldflussrechnung per 31. Dezember

CHF	2010	2009
Anfangsbestand Netto-Umlaufvermögen	13'593	139'624
Geschäftsbereich (Innenfinanzierung)		
Gewinn	351'837	273'969
Abschreibungen	0	0
Cashflow aus Geschäftstätigkeit (indirekt)	351'837	273'969
Investitionsbereich		
Desinvestitionen	150'000	0
Investitionen	0	-150'000
Cashflow aus Investitionen	150'000	-150'000
Finanzierungsbereich (Aussenfinanzierung)		
Finanzierungen	0	0
Definanzierungen	0	-250'000
Cashflow aus Finanzierungen	0	-250'000
Zu- / Abnahme Netto-Umlaufvermögen	501'837	-126'031
Endbestand Netto-Umlaufvermögen	515'430	13'593

Mediapulse Stiftung

Anhang zur Jahresrechnung

1. Rechtliche Grundlagen

Stiftungsurkunde 24. April 2007
Verfügung EDI 9. Juli 2007

2. Der Stiftungsrat setzt sich wie folgt zusammen:

Person	Wohnort	Zeichnungsberechtigung
Marco de Stoppani	Küsnacht ZH	Kollektivunterschrift
Ueli Haldimann	Uster	Kollektivunterschrift
Dino Balestra	Cassina d'Agno	keine
Markus Jedele	Muri BE	keine
Marc Savary	Lausanne	keine
Martin Schneider	Solothurn	keine
Stephanie Weiss	Binningen	keine
Filippo Lombardi	Massagno	Kollektivunterschrift
Jürg Bachmann	Zürich	keine
André Moesch	Waldstatt	keine
Martin Muerner	Oberhofen BE	keine
Nathalie Rochat-Wehrli	Lüscherz	keine
Claude Alain Stettler	Chambrelieu	keine
Jürg Siegrist	Basel-Stadt	Kollektivunterschrift
François Besençon	Crans-Montana	keine
Christian Gartmann	Meilen	keine
Klaus Kappeler	Aeugst am Albis	keine
Stephan Küng	Grünlingen	keine
Urs Schneider	Maur	keine

Geschäftsführung

Manuel Dähler	Hünibach	Kollektivunterschrift
---------------	----------	-----------------------

Revisionsstelle

KPMG AG, Gümligen-Bern

3. Rechnungslegungsgrundsätze

Bei der Bewertung der Jahresrechnung werden die Grundsätze des Aktienrechtes eingehalten.

4. Art und Umfang der Leistungen

Die Stiftung bezweckt die Erhebung und Verwertung von wissenschaftlichen Daten zur Radio- und Fernsehnutzung in der Schweiz.

5. Zusammensetzung des Stiftungskapitals

CHF	2010	2009
Einlage Aktien Mediapulse bei Gründung	2'000'000	2'000'000
Bareinlagen Gründung	45'000	45'000
Total Stiftungsvermögen	2'045'000	2'045'000

6. Angaben zur Durchführung einer Risikobeurteilung

Der Stiftungsrat der *Mediapulse Stiftung* hat die Verwaltungsräte mit der Risikobeurteilung für die gesamte *Mediapulse Gruppe (Mediapulse Stiftung, Mediapulse AG und Publica Data AG)* beauftragt. Es werden die wesentlichen Risiken erfasst. Diese werden laufend überwacht und bei Bedarf würden die notwendigen Massnahmen eingeleitet.

7. Beteiligungen

Die Stiftung ist an folgenden Gesellschaften beteiligt:

	Aktienkapital in CHF	Beteiligungen in %	
		2010	2009
Mediapulse AG für Medienforschung, Bern	2'000'000	100	100
Publica Data AG, Bern	100'000	100	100

Die Beteiligung Publica Data AG wurde auf den 1. Januar 2008 erworben.

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an den Stiftungsrat der

Mediapulse Stiftung für Medienforschung, Bern

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Mediapulse Stiftung für Medienforschung für das am 31. Dezember 2010 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Stiftungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz, Stiftungsurkunde und Reglement entspricht.

KPMG AG

Stefan Andres
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

Olivier Devaud
Zugelassener Revisionsexperte

Gümligen-Bern, 18. März 2011

Beilage:

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)

Unternehmensorganisation

Im Zuge der Inkraftsetzung des neuen Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG) wurde am 24. April 2007 die *Mediapulse Stiftung für Medienforschung* mit Sitz in Bern gegründet. Die gesamten Aktien der im Jahr 2006 von der SRG SSR ins Leben gerufenen *Mediapulse AG* bildeten dabei den Hauptanteil des in die Stiftung eingebrachten Kapitals. 2008 erwarb die Stiftung die *Publica Data AG*, die vormals ebenfalls im Eigentum der SRG SSR war. Die daraus entstandene und im Jahr 2008 konstituierte *Mediapulse Gruppe* umfasst drei Einzelgesellschaften:

Die *Mediapulse Stiftung* wacht als «Holding-Gesellschaft» über die Einhaltung des gesetzlichen Auftrages, die Sicherung eines gemeinsamen Willens und die Gewährleistung eines geordneten Betriebes.

Die *Mediapulse AG* übernimmt von der Stiftung die Wahrnehmung des in Gesetz und Verordnungen definierten wissenschaftlichen Auftrages, d. h. die Erhebung von Mediennutzungsdaten.

Die *Publica Data AG* sorgt für den Vertrieb der Mediennutzungsdaten und stellt für ihre Kunden die sach-, kosten- und termingerechte Aufbereitung der von der *Mediapulse AG* erhobenen Daten sicher.

Die institutionellen Beziehungen zwischen der *Mediapulse Stiftung* und den beiden Tochtergesellschaften sind mittels Delegationsverträgen geregelt. Die Beziehungen zwischen den beiden Tochtergesellschaften sind in einem Datenlieferungsvertrag festgehalten. Demnach werden die Aktivitäten der Stiftung und der zwei Tochtergesellschaften im Rah-

men einer unternehmensübergreifenden Gruppenstruktur geführt.

Der *Stiftungsrat*, dessen Mitglieder vom eidgenössischen Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) gewählt werden, wirkt als oberstes Organ der *Mediapulse Gruppe*, arbeitet primär normativ und nimmt im Verhältnis zu den Tochtergesellschaften die Rolle eines Aktionärs wahr. Der Stiftungsrat besteht aus einem Präsidenten und achtzehn Mitgliedern, je sechs aus den drei Interessenskreisen SRG SSR, private schweizerische Veranstalter und Vertretern hauptsächlich aus der Werbewirtschaft und tritt dreimal pro Jahr zusammen.

Die *operativen Tochtergesellschaften* sind als Aktiengesellschaften konstituiert und werden von in der Regel personell identisch besetzten Verwaltungsräten geführt. Diese bestehen aus dem Präsidenten der Stiftung, der auch als Präsident des Verwaltungsrates wirkt und je zwei Vertretern derselben drei Interessenskreise analog der Stiftung. Die Verwaltungsräte tagen sechs bis sieben Mal pro Jahr. Seit 2010 sind beide Tochtergesellschaften hinsichtlich ihrer Reglemente und Anstellungsbedingungen identisch organisiert.

Die *Medienwissenschaftliche Kommission (MWK)* besteht aus anerkannten wissenschaftlichen Experten aus den Bereichen der Medienforschung, Forschungsmethodik, Medien, Kommunikation und Publizistik. Im Auftrag des Verwaltungsrates der *Mediapulse AG* wacht sie über die korrekte Anwendung, die Objektivität, die Zuverlässigkeit und die Verifizierbarkeit der eingesetzten

Forschungsmethoden und -ergebnisse. Der jährlich zusammenfassende MWK-Bericht wird seit 2009 jeweils auf der Website mediapulse.ch veröffentlicht.

Die *User Commission* setzt sich aus zwölf Vertretern der Veranstalter, Vermarkter und Verbände der Fernseh- und Radiobranche sowie dem Geschäftsführer der *Mediapulse AG* resp. *Publica Data AG* zusammen. Sie dient der Erfassung und Abstimmung der Nutzerbedürfnisse im Vorfeld wichtiger methodischer Anpassungen und Entscheide zu Händen des Direktors der *Mediapulse AG*. Im Weiteren hat sie eine beratende Funktion bei der Definition wichtiger Messgrössen und bei der Festlegung einheitlicher Richtlinien.

Die *operative Leitung der Mediapulse Gruppe* verantwortet der Geschäftsführer der *Mediapulse Stiftung*, der zugleich als Geschäftsführer der *Mediapulse AG* und der *Publica Data AG* wirkt. Ihm unterstellt sind die vier gruppenübergreifenden Bereiche Forschung, Technologie, Marketing und Verkauf und Management Services, die jeweils von einer Bereichsleiterin resp. einem Bereichsleiter geführt werden. Die Gruppenleitung informiert die Verwaltungsräte in jeder Sitzung über den Geschäftsgang und versendet quartalsweise einen Finanzbericht. Seit 2009 folgt der jährlich überarbeiteten Unternehmensstrategie eine Mittelfristplanung für drei Jahre und daran anknüpfend die Budgetplanung für das Folgejahr. Der gesamte Planungsprozess wird dem Verwaltungsrat zur Entscheidung vorgelegt. Bestandteil des Jahresabschlusses und der Strategie bildet eine Risikobeurteilung durch die Geschäftsleitung. Die Umsetzung der

Unternehmensziele und die Steuerung des Risikomanagements werden von der Geschäftsleitung verantwortet.

Als Organisation der angewandten Medienforschung sind die *Mediapulse Gruppe* bzw. ihre Mitarbeitenden in folgenden internationalen und nationalen Verbänden als Mitglieder vertreten:

Broadcast Mobile Convergence Forum e.V.	bmcoforum
European Media Research Organisations	EMRO
European Society for Opinion and Marketing Research	ESOMAR
The International Association of Joint Industry Committees for Media Research	i-jic
Förderverein Kommunikation- und Medienwissenschaft der Universität Bern	fkmb
Schweizerische Gesellschaft für Marketing	GfM
Interessengemeinschaft Elektronischer Medien	IGEM
Schweizerische Gesellschaft für Kommunikation- und Medienwissenschaften	SGKM
Verband Schweizer Markt- und Sozialforscher	vsms

Organe und Führungsgremien

Stand: 31. Dezember 2010

**Mediapulse Stiftung
für Medienforschung**



Stiftungsrat

Marco de Stoppani	Präsident
Ueli Haldimann	SRG SSR, Vize-Präsident
Dino Balestra	SRG SSR
Markus Jedele	SRG SSR
Marc Savary	SRG SSR
Martin Schneider	publisuisse SA
Stephanie Weiss	SRG SSR
Filippo Lombardi	Telesuisse, Vize-Präsident
Jürg Bachmann	VSP Verband Schweizer Privatradios
André Moesch	Telesuisse
Martin Muerner	VSP Verband Schweizer Privatradios
Nathalie Rochat-Wehrli	RRR Radios Régionales Romandes
Claude Alain Stettler	Telesuisse
Jürg Siegrist	SWA-ASA Schweizer Werbe- Auftraggeberverband, Vize-Präsident
François Besençon	Publicité Romande
Christian Gartmann	gartmann.biz / Publicitas AG
Klaus Kappeler	Goldbach Group AG
Stephan Küng	IGEM Interessengemeinschaft Elektronische Medien
Urs Schneider	bsw leading swiss agencies

Revisionsstelle

KPMG AG, Gümligen-Bern

Geschäftsführung

Manuel Dähler

Verwaltungsrat

Marco de Stoppani	Präsident
Ueli Haldimann	Vize-Präsident
Klaus Kappeler	Mitglied
Martin Muerner	Mitglied
Filippo Lombardi	Mitglied
Martin Schneider	Mitglied
Jürg Siegrist	Mitglied

Revisionsstelle

KPMG AG, Gümligen-Bern

Geschäftsführung

Manuel Dähler

Medienwissenschaftliche Kommission (MWK)

Prof. Dr. Heinz Bonfadelli	Universität Zürich, Vorsitz
Dr. Walter Hättenschwiler	Universität Zürich
Prof. Dr. Dr. Michael Schenk	Universität Stuttgart/Hohenheim

User Commission

Manuel Dähler	Mediapulse AG / Publica Data AG, Vorsitz
Markus Jedele	SRG SSR
Thomas Jenny	UNIKOM
Silvio Lebrument	Telesuisse
Nathalie Rochat-Wehrli	RRR Radios Régionales Romandes
Markus Ruoss	VSP Verband Schweizer Privatradios
Siri Fischer	Goldbach Group AG
Roland Kopf	publisuisse SA
Mitja Ruggle	Belcom
Corinna Schneider	Publicitas Cinecom & Media AG
Matthias Glauser	SWA-ASA Schweizer Werbe- Auftraggeberverband
Björn Hagenheide	bsw leading swiss agencies
Urs Rueb	IGEM Interessengemeinschaft Elektronische Medien

Publica Data AG



Verwaltungsrat

Marco de Stoppani	Präsident
Klaus Kappeler	Vize-Präsident
Ueli Haldimann	Mitglied
Filippo Lombardi	Mitglied
Martin Muerner	Mitglied
Martin Schneider	Mitglied
Jürg Siegrist	Mitglied

Revisionsstelle

KPMG AG, Gümligen-Bern

Geschäftsführung

Manuel Dähler

Mediapulse Gruppe

Gruppenleitung

Manuel Dähler	Leiter
Gregor Eschle	Marketing und Verkauf
Martin Pally	Technologie
Sabine Schwab	Management Services
Isabel Wenger	Forschung

Impressum

Herausgeber:
Mediapulse Stiftung
und
Mediapulse AG
für Medienforschung
Thunstrasse 18
CH 3005 Bern

Postanschrift
Postfach 237
CH 3000 Bern 15

T +41 31 356 47 11
F +41 31 356 47 21
www.mediapulse.ch
info@mediapulse.ch

Publica Data AG
Geschäftsstelle Bern
Thunstrasse 18
CH 3005 Bern
T +41 31 350 94 49
F +41 31 350 94 38

Geschäftsstelle Zürich
Dufourstrasse 65
CH 8702 Zollikon
T +41 44 397 17 60
F +41 44 397 17 69

www.publicadata.ch
info@publicadata.ch

Redaktion:
Sabine Schwab

Übersetzung:
Hugo Chollet

Gestaltung:
Atelier Bundi AG
(Bundi/Kamber)

Druck:
Vögeli AG

Auflage:
250 Exemplare deutsch
100 Exemplare französisch

Publikationsdatum:
10. Mai 2011

Bildsequenzen:
Fotos mit Barbara Grimm
und Aaron Hitz

