



ONLINE DATA SWITZERLAND

## Medienmitteilung

---

17. Februar 2025

### **Schweizer Online-Forschung läuft erfolgreich weiter: «Online Data Switzerland» veröffentlicht Daten für Januar**

**Anfang 2025 hat «Online Data Switzerland» die technische Traffic-Messung für Websites und Apps von Mediapulse übernommen – und führt diese ohne Datenbruch weiter. Die Daten für den Messmonat Januar stehen ab sofort im Portal «NEXT>LEVEL» der WEMF zur Verfügung.**

Wie angekündigt hat «Online Data Switzerland» – eine Arbeitsgemeinschaft von CH Media, Ringier und TX Group – Anfang 2025 die Schweizer Online-Forschung von Mediapulse übernommen. Nun liegen die Traffic-Daten für die Websites und Apps der teilnehmenden Schweizer Medienunternehmen aus dem Messmonat Januar vor. Im Vergleich zum Vormonat zeigt sich eine mehrheitlich positive Entwicklung.

#### **Monatliche Publikation im Portal «NEXT>LEVEL» der WEMF**

Die Publikation der Messdaten übernimmt die WEMF AG für Werbemedienforschung im Auftrag von «Online Data Switzerland». Im Portal [«NEXT>LEVEL»](#) sind die Januar-Daten ab sofort für alle interessierten Marktteilnehmer frei zugänglich. Auch künftig erfolgt die Publikation der Daten jeweils Mitte des Folgemonats.

Die bisherige Dienstleisterin Kantar Switzerland AG (Kantar Media) ist weiterhin für die technische Traffic-Messung zuständig. Die Messtechnologie liefert wie bis anhin Comscore EMEA. Die beiden bewährten Dienstleister gewährleisten, dass die Traffic-Messung die geforderten Qualitätsstandards weiterhin erfüllt und ohne Datenbruch weitergeführt wird. Für Publisher, die bis Ende 2024 bereits an der Traffic-Messung teilgenommen haben, entsteht kein zusätzlicher Aufwand.

#### **Zahlreiche Online-Publisher beteiligen sich**

Ein Grossteil der Schweizer Medienunternehmen beteiligt sich an der neuen Online-Forschung. Zu den Teilnehmenden gehören neben CH Media, Ringier und TX Group unter anderem blue Entertainment, BNJ Multimédia, Energy Schweiz, ESH Médias, Meier + Cie und der persönlich-Verlag. Einer Beteiligung weiterer Medienunternehmen steht «Online Data Switzerland» offen gegenüber, damit möglichst der gesamte Schweizer Markt abgebildet werden kann.

Die einheitliche Traffic-Messung für Websites und Apps ist für die Publisher und die ihnen angeschlossenen Vermarktungseinheiten entscheidend, um Inhalte zu optimieren und damit die Attraktivität für Werbepartner zu steigern. Sie schafft eine fundierte Basis für strategische Entscheidungen, stärkt die Wettbewerbsfähigkeit und trägt dazu bei, das Vertrauen der Nutzerinnen und Nutzer, Werbungtreibenden sowie Geschäftspartnerinnen und -partner in die Medienmarken zu stärken.

**Medienkontakt**

Arbeitsgemeinschaft Schweizer Online-Forschung – Online Data Switzerland  
c/o Unternehmenskommunikation CH Media  
kommunikation@chmedia.ch  
+41 58 200 50 10