

**Medienwährungen im Wandel: Geschichte der kontinuierlichen  
Nutzungsforschung elektronischer Medien in der Schweiz**

Dissertation

zur Erlangung der Würde einer Doktorin der  
Philosophie

vorgelegt der Philosophisch-Historischen Fakultät  
der Universität Basel

von  
Corinne Hügli

aus  
Liestal

Basel, 2023

Buchbinderei Bommer GmbH

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1 <i>Fragestellung</i> .....	3
1.2 <i>Begriffsklärung</i> .....	6
1.3 <i>Akteure im Mediensystem Schweiz und ihr Bezug zu Medienwährungen</i> .....	18
1.3.1    Werbeauftraggeber .....	22
1.3.2    Werbe-/Medienagenturen .....	23
1.3.3    Werbevermarkter/-vermittler .....	24
1.3.4    Medienanbieter .....	28
1.3.5    Währungsforschungsorganisationen .....	34
1.3.6    Marktforschungsinstitutionen .....	37
1.3.7    Wissenschaft .....	39
1.3.8    Regulator .....	40
1.3.9    Publikum .....	42
1.4 <i>Stand der Forschung</i> .....	43
<b>2. Methoden .....</b>	<b>48</b>
2.1 <i>Dokumentenanalyse</i> .....	49
2.2 <i>Leitfadengestütztes Experteninterview</i> .....	51
<b>3. Geschichte der Nutzungsforschung elektronischer Medien in der Schweiz..</b>	<b>55</b>
3.1 <i>Vorgeschichte der kontinuierlichen Nutzungsforschung (bis 1963)</i> .....	59
3.1.1    Einführung des Radios in der Schweiz.....	59
3.1.2    Einführung des Fernsehens in der Schweiz.....	63
3.1.3    Erste Ansätze von Nutzungsforschung mit Blick ins Ausland .....	68
3.2 <i>Anfänge der kontinuierlichen Nutzungsforschung in der Schweiz (1964 bis 1973)</i> .....	75
3.2.1    Politisches Umfeld (1964 bis 1973).....	75
3.2.2    Der Weg zum TV-Index .....	77
3.2.3    Neue kontinuierliche Forschung – Telefoninterviews mit <i>konsomedia</i> .....	97
3.2.4    Getrennte Wege – Werbung und Programm (AGW und SRG).....	115
3.3 <i>Konsolidierungsphase (1974 bis 1984)</i> .....	130
3.3.1    Politisches Umfeld (1974 bis 1984).....	130
3.3.2    Gründung des SRG-Forschungsdienstes.....	136
3.3.3    Die neue kontinuierliche Hörerforschung .....	138
3.3.4    Anpassungen in der SRG-Fernsehforschung .....	145
3.3.5    Neue Methoden – „Forschungskonzept 1984“ .....	149

3.4	<i>Elektronische Panelmessung auf dem Vormarsch (1985 bis 2005)</i> .....	158
3.4.1	Politisches Umfeld (1985 bis 2005).....	159
3.4.2	Einführung von Telecontrol.....	162
3.4.3	Anpassungen in der SRG-Medienstudie.....	173
3.4.4	Strategische Zusammenarbeit, Intermedia-Studien.....	178
3.4.5	Einführung von Radiocontrol.....	182
3.4.6	Erste Ansätze in der Internetforschung.....	192
3.5	<i>Erneuerung, Kooperation und Innovationsprojekte (2006 bis 2020)</i> .....	203
3.5.1	Politisches Umfeld (2006 bis 2020).....	203
3.5.2	Mediapulse – eine Stiftung für Medienforschung.....	206
3.5.3	Kooperation neue Internetforschung – NET-Matrix.....	211
3.5.4	Erneuerung der TV-Forschung – von GfK zu Kantar.....	218
3.5.5	Umstrukturierungen innerhalb der Mediapulse.....	231
3.5.6	Erneuerung Radioforschung – Reformen im Uhren-Panel.....	234
3.5.7	Das Projekt „Swiss Media Data Hub“ – der Weg zur „Total Audience“.....	238
3.5.8	Von NET-Matrix zu Mediapulse Online Data.....	245
3.6	<i>Zusammenfassung und Einordnung</i> .....	249
3.6.1	Anfänge der kontinuierlichen Nutzungsforschung in der Schweiz (1964 bis 1973).....	249
3.6.2	Konsolidierungsphase (1974 bis 1984).....	253
3.6.3	Elektronische Panelmessung auf dem Vormarsch (1985 bis 2005).....	254
3.6.4	Erneuerung, Kooperation und Innovationsprojekte (2006 bis 2020).....	257
<b>4.</b>	<b>Fazit und Ausblick</b> .....	<b>262</b>
4.1	<i>Fazit</i> .....	263
4.1.1	Bedeutung einer gemeinsamen Währung.....	264
4.1.2	Organisatorische und strukturelle Herausforderungen.....	266
4.1.3	Kommunikation als Erfolgsfaktor.....	270
4.2	<i>Ausblick</i> .....	271
4.2.1	Ausblick Fernsehforschung.....	272
4.2.2	Ausblick Radioforschung.....	274
4.2.3	Ausblick Internetforschung.....	275
4.2.4	Ausblick Organisation der Währungsforschung.....	279
4.2.5	Limitationen und offene Forschungsfragen.....	281

<b>Quellenverzeichnis.....</b>	<b>283</b>
<i>Archivquellen ZAR</i> .....	283
<i>Internetquellen</i> .....	291
<i>Literatur</i> .....	298
<i>Interviews</i> .....	304
<b>Anhang.....</b>	<b>305</b>
<i>Leitfaden Interviews</i> .....	305