

## Presseinformation

### **Markt-Media-Studie b4p 2020: Geballte Forschungs- kompetenz für starke Markenkommunikation**

#### **Neue Insights rund um Mobilität, bargeldloses Zahlen, Nachhaltigkeit und Ernährungsstile sowie bewährte Analysen als fundierte Entscheidungsgrundlage für wirkungsvolle Kommunikationsstrategien**

24.09.2020 – Mit der aktuellen Publikation für 2020 bringt die Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) zum achten Mal ihre Studie „best for planning“ (b4p) heraus. Neuerungen und Kontinuität gehen bei Deutschlands größter Markt-Media-Studie Hand in Hand: So liefert b4p nicht nur aktualisierte Daten rund um die Themenkomplexe Menschen, Medien und Märkte, sondern beleuchtet mit einem erweiterten Abfragespektrum auch neueste Entwicklungen und Trends.

#### **Neu: b4p liefert Informationen zu E-Scootern, mobilen Zahlungssystemen, Nachhaltigkeitsthemen und neuen Ernährungsstilen**

- **E-Scooter bzw. Elektro-Tretroller** bestimmen seit einiger Zeit zunehmend die urbane Mobilität in unseren Städten – und werden nun auch in der b4p abgefragt.
- Bargeldloses Zahlen gewinnt im Zuge der Digitalisierung immer mehr an Bedeutung. Aus diesem Grunde beschäftigt sich die b4p noch intensiver mit diesem Thema und macht nun auch **Anbieter mobiler Zahlungssysteme** zählbar.
- Themen wie Klimawandel, Mikroplastik und Umweltverschmutzung haben bei vielen Verbrauchern einen immer höheren Stellenwert: Marken müssen entsprechend eine klare Haltung zu **Nachhaltigkeit und Umweltschutz** zeigen – Aspekte, die nun auch in der b4p mit weiteren Untersuchungsmerkmalen abgebildet werden.
- Dies gilt auch für das wachsende Ernährungsbewusstsein der Konsumenten, sichtbar unter anderem in der Nachfrage nach vegetarischen oder veganen Produkten. Die b4p liefert weitere Insights zu diesen **Ernährungsstilen**.

#### **Crossmediale Markenreichweite für kanalübergreifende Planung**

b4p bildet weiterhin alle wichtigen Medienkanäle im klassischen sowie im digitalen Bereich ab – währungskompatibel und erneut um diverse neue Medienangebote erweitert. Insgesamt werden in der b4p 2020 nunmehr 181 Zeitschriften, 58 Belegungseinheiten von Tageszeitungen, Anzeigenblätter, zehn TV-Sender, alle ma Radiosender, Plakat und Kino abgebildet. Zusätzlich weist die Studie 773 Websites, 463 mobile Angebote und 236 Apps aus. b4p ist damit die einzige Studie, die crossmediale Planung möglich macht. In der aktuellen b4p lassen sich zudem durch die diversen Ergänzungen innerhalb der Mediengattungen neue crossmediale Markenreichweiten und neue crossmediale Kombinationen abbilden.

## **Zielgruppen differenziert analysieren**

Außerdem bietet b4p eine einzigartige Bandbreite an demografischen Angaben, Interessen, Motivationen und Einstellungen. Die Studie beinhaltet mehr als 150 Statements zu gesellschaftlichen Themen, Wertorientierungen und Lebenseinstellungen und ergänzt sie um marktspezifische Einstellungen. Neu in der diesjährigen b4p Studie: Eine Typologie zur Innovationsorientierung sowie eine Reihe zusätzlicher Statements rund um Computer und Technik.

Alle Daten in b4p 2020 werden im engen Austausch mit dem Markt und der Wissenschaft erhoben. Die Daten lassen sich zudem über gängige Mediaplanungstools wie mds, medimach und mcloud auswerten. Lizenznehmer und Agenturen können darüber hinaus Rohdaten für eigene Modelle und Anwendungen nutzen. So sind umfassende und detaillierte Analysen möglich, die Zielgruppen-Insights liefern sowie den Einfluss verschiedener Medien auf die Markenbildung beschreiben.

„Die permanenten Veränderungen der Konsumentenbedürfnisse, Marktbedingungen und Medienlandschaften sind zu einer neuen Normalität geworden. Unter diesen Rahmenbedingungen die richtigen Marketingentscheidungen für eine nachhaltige und wirkungsvolle Markenkommunikation zu treffen, ist eine Herausforderung. Umso wichtiger ist es, dafür eine valide Datenbasis zur Verfügung zu haben, die mit detaillierten Informationen eine fundierte Entscheidungsgrundlage für die jeweils passende Kommunikationsstrategie bietet. Und genau das liefern wir mit der b4p getreu unserem Motto ‚Wir machen Marken stark‘ nun seit bereits acht Jahren“, sagt Heiko Hager, Sprecher der GIK in 2020.

## **Über best for planning**

b4p analysiert seit 2013 umfassend die Mediennutzung und das Konsumverhalten von Verbrauchern. Mit der Erhebung von ca. 2.400 Marken in mehr als 120 Marktbereichen ist b4p die umfassendste Markt-Media-Studie in Deutschland. b4p bildet alle relevanten Medienkanäle für die crossmediale Mediaplanung ab und bietet umfassende demografische Angaben. Damit zeigt sie auch auf, was hinter den harten Zahlen oft verschwindet: Interessen, Motivationen, Einstellungen und Bedürfnisse der Menschen in Deutschland. Herausgeber der Studie ist die Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK), hinter der die fünf Medienkonzerne Axel Springer, Bauer Media Group, Funke Mediengruppe, Gruner + Jahr und Hubert Burda Media stehen.

Der Reportsband kann unter [gik.media/b4p-shop](http://gik.media/b4p-shop) kostenpflichtig heruntergeladen werden. Dort gibt es für Interessierte auch die Möglichkeit, eine Kurzzeit-Zähl-Lizenz für einen eingeschränkten Datensatz zu erwerben, die insbesondere für Adhoc-Recherchen attraktiv ist. Lizenznehmer haben über die gängigen Zähltools Zugriff auf die Daten. Unter [gik.media](http://gik.media) finden Sie auch weitere Infos rund um b4p.

## Über die GIK

Unter dem Dach der Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) haben sich die fünf Medienhäuser Axel Springer, Bauer Media Group, Funke Mediengruppe, Gruner + Jahr und Hubert Burda Media zusammengeschlossen. Sie betreiben gemeinsam die crossmedialen Markt-Media-Studien *best for planning (b4p)* und *best for tracking (b4t)*, um Kunden und Marktpartnern Daten für ihre Werbeplanung zur Verfügung zu stellen und den Einsatz von Werbemitteln zu evaluieren.

## Pressekontakt

### **Gruner + Jahr GmbH**

Carola Kurtius  
Tel.: 0172 / 647 92 86  
Mail: [carola@kurtius.com](mailto:carola@kurtius.com)

### **Bauer Media Group**

Kerstin Walker  
Tel: 040 / 3019-1091  
Mail: [kerstin.walker@bauermedia.com](mailto:kerstin.walker@bauermedia.com)

### **Hubert Burda Media**

Christiane Blana  
Tel.: 089 / 9250-3907  
Mail: [christiane.blana@burda.com](mailto:christiane.blana@burda.com)

### **Axel Springer SE**

Friedrich Kabler  
Tel.: 030 / 2591-77625  
Mail: [friedrich.kabler@axelspringer.de](mailto:friedrich.kabler@axelspringer.de)

### **Funke Mediengruppe**

Dr. Jasmin Fischer  
Tel.: 0201 / 804 8055  
Mail: [jasmin.fischer@funkemedien.de](mailto:jasmin.fischer@funkemedien.de)