

  
  

# DATEN

  

## SINNVOLL VERBINDEN.

Mit den best4-Studien der GIK lernen Sie Ihre Zielgruppen besser kennen und analysieren die Wirkung von Medien.



# best for planning - best for tracking

Inhalte und Datennutzung auf einen Blick

Die **GIK Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung** gibt Studien für die Media-, Marketing- und Kommunikationsplanung heraus. Zurzeit sind dies die Studienreihen best for planning (b4p) und best for tracking (b4t). Gesellschafter der GIK und Herausgeber der Studien sind die Medienhäuser Axel Springer, Bauer Media Group, Funke Mediengruppe, Gruner + Jahr und Hubert Burda Media.

+ **best for planning** ist Deutschlands größte Markt-Media-Studie. Sie enthält währungskonforme Reichweitendaten aller großen Mediengattungen und eine Vielzahl von Zielgruppenmerkmalen: Demographie, Konsumverhalten, Produkt- und Markenverwendung sowie Einstellungen. b4p erscheint einmal jährlich mit zwei zusätzlichen Reichweiten-Updates.

+ **best for tracking** ist das Dach für zwei kontinuierlich durchgeführte Werbewirkungsstudien:  
Das **b4t Markentracking** als kampagnenbegleitende Erfolgsmessung für rund 380 Marken und das **b4t Kreativtracking** als monatlicher Werbemitteltest von Print und Online-Motiven.

Alle Studien können über die [GIK-Geschäftsstelle](#) bezogen werden.

GIK mbH & Co. KG  
Herzog-Wilhelm-Str. 1  
80331 München  
Tel.: +49 89 716 772 020  
Mail: [info@gik.media](mailto:info@gik.media)

Für weitere Fragen steht Ihnen die GIK Geschäftsstelle unter [info@gik.media](mailto:info@gik.media) oder Tel. +49 89 716 772 020 jederzeit gerne zur Verfügung.

# best for planning - best for tracking

Bezug

---

**gik** Gesellschaft für integrierte  
Kommunikationsforschung

**b4p** best for planning. **b4t** best for tracking.

## best for planning

- + Für **Werbungtreibende und Agenturen** ist die b4p Nutzung für Zwecke der Media- und Marketingplanung mit einem der Auswertungsprogramme kostenlos.<sup>1</sup>
- + **Medienhäuser und Vermarkter** können sich als Lizenznehmer an der Studie beteiligen.
- + Näheres und darüber hinausgehende Datennutzung (Rohdaten, Datenergänzungen, Datenmigration, Nutzung für wissenschaftliche Zwecke etc.) regelt die b4p [Datenverwendungsordnung](#) und Preisliste.

<sup>1</sup> Kosten für das Auswertungsprogramm fallen bei den jeweiligen Softwareanbietern an. Zurzeit sind dies MDS, mediMACH und M-Cloud.

## best for tracking

- + Das **b4t Markentracking** wird quartalsweise veröffentlicht. Die Daten können von **Werbungtreibenden und Agenturen** gegen jährliche Lizenzgebühren<sup>2</sup> mit Mediaplanungsprogrammen oder Statistiksoftware genutzt werden. Auch hier können sich Medienhäuser oder Vermarkter an der Studie beteiligen.
- + Näheres und darüber hinausgehende Datennutzung (Datenergänzungen, Datenmigration, Nutzung für wissenschaftliche Zwecke etc.) regelt die b4t [Datenverwendungsordnung](#) und Preisliste.
- + Das b4t Kreativtracking können Lizenznehmer mit einem interaktiven Onlinetool auswerten. Alternativ können Auswertungen über die beteiligten Vermarkter bezogen werden. Die Daten werden monatlich aktualisiert.

<sup>2</sup> zzgl. Kosten für das Auswertungsprogramm

# best for planning - best for tracking

## Preisauflistung

### best for planning

	Medien-Lizenznehmer	Agenturen/ Werbung-treibende	Institute / Beratungen
Jährliche Lizenzkosten/ Datennutzungsberechtigung exkl. Toolkosten	Verlage: Nach Werbeumsatz- Staffel, sonst. Medienhäuser: Nach individueller Vereinbarung	Kostenfrei	2.800
Toolkosten (MDS, mediMach, M-Cloud)	Je nach Toolanbieter (bitte direkt anfragen)		
Zielgruppen-Modelle <sup>3</sup> (Sinus, Limbic)	Lizenzkosten/-nahme über jeweiligen Zielgruppenmodell-Anbieter		
SPSS Datensatz <sup>3</sup>	3.000	9.000	9.000
ASCII Datensatz	Kostenfrei	6.000	6.000
MDS Expert <sup>3</sup> (exkl. Toolkosten)	Kostenfrei	6.000	6.000
Fusionen <sup>3</sup>	Individuelle Vereinbarung je nach Umfang der Fusion (min. 0,5xSPSS-Datensatzpreis, max. 2xSPSS- Datensatzpreis)		

### best for tracking

	Medien-Lizenznehmer	Agenturen/ Werbung-treibende	Institute / Beratungen
Jährliche Lizenzkosten/ Datennutzungsberechtigung exkl. Toolkosten	Nach Werbeumsatz- Staffel	3.360	Nach individueller Vereinbarung
Toolkosten (MDS, mediMach, M-Cloud)	Je nach Toolanbieter (bitte direkt anfragen)		
SPSS Datensatz <sup>3</sup>	3.150	3.150	s.o.
Fusionen <sup>3</sup>	1 Projekt 2-5 Projekte 6+ Projekte	4.400 6.600 8.800	4.400 6.600 8.800
Lizenzkosten des vorletzten Jahrgangs und älter	-	50% der regulären Kosten	s.o.
SPSS Datensatz des vorletzten Jahrgangs und älter <sup>3</sup>	-	50% der regulären Kosten	s.o.

<sup>3</sup>Voraussetzung für den Bezug ist die generelle Lizenznahme bzw. der Bezug der Datennutzungsberechtigung

# Kontakt

---

**Gesellschaft für integrierte  
Kommunikationsforschung mbH & Co. KG**

Herzog-Wilhelm-Str. 1  
80331 München  
Tel. 089 / 716 772 020  
E-Mail: [info@gik.media](mailto:info@gik.media)

[www.gik.media](http://www.gik.media)