

Frankfurt/München, 15. März 2018

## Pressemitteilung

### **Vielfalt für eine differenzierte Planung: Datenkooperation zwischen GIK und AGOF gestartet**

#### **AGOF daily digital facts erscheint erstmals mit best for planning Merkmalen**

Ende letzten Jahres erst geschlossen, trägt die Daten-Allianz zwischen der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) und der Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) bereits Früchte. Heute ist das erste Mal die AGOF Währungsstudie daily digital facts inklusive ausgewählter Merkmale aus der best for planning (b4p) erschienen.

Auf diese Weise können Werbungtreibende und Agenturen bei ihrer digitalen Mediaplanung ab sofort auf eine deutlich erweiterte und detailliertere Datengrundlage zugreifen. Neben der umfassenden Abbildung der digitalen Nutzung bietet die daily digital facts ihren Anwendern jetzt einen noch differenzierteren Merkmalskatalog und damit verlässliche Planungsgrundlage für Mediaentscheidungen. Insbesondere in den Segmenten FMCG und Kosmetik wurden die Zielgruppenmerkmale in der daily digital facts um Produktinteressen, verdichtete Verwender-Merkmale sowie Kaufinformationen aus der best for planning ausgeweitet.

Und die Reise ist somit noch nicht am Ende: Im Gegenzug wird die GIK in wenigen Wochen ihre Markt-Media-Studie best for planning an die Währungsdaten aus der daily digital facts anpassen. Neben der digitalen Gesamtreichweite werden ihr durch die AGOF differenzierte Daten für alle Gesamtangebote, stationären Websites, Apps, MEWs (mobile enabled Websites) und ausgewählte Belegungseinheiten in einem aggregierten Datensatz zur Verfügung gestellt und ergänzen damit die eigenen Online-Messungen der best for planning.

Ein Gewinn für beide Partner, die ihr Studienangebot damit noch aktueller und hochwertiger gestalten, und vor allem für Anwender und Kunden beider Studien, die durch die Kooperation, die heute das erste Mal zum Tragen kommt, ihre Mediaplanung noch effizienter gestalten können.

**Björn Kaspring**, Vorstandsvorsitzender der AGOF, freut sich über den Startschuss: *„Durch die Kooperation mit der best for planning verbreitern wir die Datenbasis der daily digital facts für eine detaillierte Planung deutlich. Kunden und Agenturen erhalten damit eine qualitativ-hochwertige Planungs- und Entscheidungsgrundlage mit den gewohnt validen Leistungswerten und gleichzeitig umfassenderen Zielgruppenmerkmalen für ihre Mediaplanung.“*

**Julia Scheel**, Geschäftsführerin GIK, ergänzt: *„Die Kooperation ermöglicht die vollständige Integration von Daten aus der Lead-Studie daily digital facts in die best for planning, die so für ihre Kunden die crossmedialen Planungsmöglichkeiten vervollständigt.“*

### Über die Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK)

Die Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) ist ein Gemeinschaftsunternehmen der fünf großen Medienhäuser Axel Springer SE, Bauer Media Group, Funke Mediengruppe, Gruner + Jahr und Hubert Burda Media. Gemeinsam betreiben sie die crossmedialen Markt-Media-Studien best for planning (b4p) und best for tracking (b4t), um Kunden und Marktpartnern umfangreiche Daten für ihre Werbeplanung zur Verfügung zu stellen.

### Die AGOF

Als Joint Industry Committee (JIC) aus den führenden deutschen Internet-Vermarktern, Agenturen und Werbungtreibenden setzt die AGOF Standards und Maßstäbe für digitales Marketing. Sie sichert damit die Professionalität, die Qualität und das Wachstum des Werbemediums Internet. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Ermittlung digitaler Reichweiten und Nutzungsdaten zur Vermarktung von digitalen Angeboten. Anforderungen des sich dynamisch verändernden Marktes integriert sie aktiv in ihr Leistungsangebot und richtet ihre Weiterentwicklung nachhaltig daran aus. Dabei agiert sie stets unabhängig von Individualinteressen. Darüber hinaus engagiert sie sich für das digitale Medium in wichtigen Branchenorganisationen, vor allem für einen vertretbaren Datenschutz für Online-Marketing, und setzt sich auch auf europäischer Ebene für länderübergreifende Forschungsstandards ein.

### Bei Rückfragen:

#### Für die AGOF

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF)

Katharina Metzger

Tel.: 069 / 264 888-318

Mail: [katharina.metzger@agof.de](mailto:katharina.metzger@agof.de)

#### Für die GIK

Hubert Burda Media

Christiane Blana

Tel.: 089 / 9250-3907

Mail: [christiane.blana@burda.com](mailto:christiane.blana@burda.com)

Axel Springer SE

Oliver Perzborn (Media Impact)

Tel.: 030 / 2591-76649

Mail: [oliver.perzborn@axelspringer.de](mailto:oliver.perzborn@axelspringer.de)

Bauer Media Group

Julian Wörner

Tel.: 040 / 3019-1099

Mail: [julian.woerner@bauermedia.com](mailto:julian.woerner@bauermedia.com)

Funke Mediengruppe  
Katja Mazurek  
Tel.: 0201 / 804 8866  
Mail: k.mazurek@funkemedien.de

Gruner + Jahr GmbH & Co KG  
Carola Holtermann  
Tel.: 040 / 328 714 13  
Mail: holtermann.carola@guj.de