

Erfolgreiche Premiere von best4 – DAS EVENT 2015

- + **Quartett wird Quintett: Funke ergänzt nun auch offiziell den Herausgeberkreis**
- + **Unter dem Motto „Daten sinnvoll verbinden“ gab die Veranstaltung vielseitige Einblicke in eine immer komplexer werdende Medienwelt und zeigte, wie der Datenschatz der GIK-Studien b4p und b4t bei der Einordnung aktueller Phänomene hilft**
- + **Mehr als 250 Vertreter aus der Marken-, Agentur- und Medienwelt kamen gestern in Düsseldorf bei dem GIK-Event zusammen**
- + **best4 – DAS EVENT soll als Plattform für den regelmäßigen Austausch mit den Marktpartnern etabliert werden**

26.11.2015 – Marken gestalten, Erfolg planen, Wirkung messen – dies stand im Mittelpunkt von **best4 – DAS EVENT 2015**. Mit der groß angelegten Veranstaltung bieten die hinter der Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) stehenden Medienhäuser Axel Springer, Bauer Media Group, Gruner + Jahr, Hubert Burda Media und die nun offiziell dazu gehörende Funke Mediengruppe allen Marktpartnern eine neue Plattform zur Information, Inspiration und Interaktion. Mehr als 250 Gäste aus der Marken-, Agentur- und Medienwelt fanden sich dazu gestern im Lofthaus Düsseldorf ein.

Im Zentrum des GIK-Events standen die wachsende Komplexität in der Medienlandschaft, die damit einhergehende Überforderung der Verbraucher sowie die Auswirkungen auf Markenführung, Kommunikationsstrategien und Werbewirkung. Einen weiteren Schwerpunkt bildete außerdem die Bedeutung von Tools, die wie b4p und b4t diese Komplexität messen und durch die analytische Verbindung der Daten für Orientierung sorgen. Dabei setzte die Veranstaltung gezielt auf verschiedene Präsentations- und Diskussionsformate, um in vier inhaltlichen Blöcken einen vielseitigen Austausch zu aktuellen gesellschaftlichen und medialen Phänomenen zu ermöglichen. Die Themen nach den durch die Studie belegten gesellschaftlichen Trends waren: „Digitale Transformation“, „Sharing – Zugang statt Besitz“, „Omnichannel“ sowie „Entschleunigung“.

Zu den Referenten zählten neben den Vorständen, Geschäftsführern und mehreren Chefredakteuren der Herausgeberverlage Persönlichkeiten der Marken- und Medienwelt wie Dr. Steven Althaus (Leiter Markenführung BMW Group), Godo Kraemer (Director Marketing s.Oliver), Romy Lindenberg (Geschäftsführerin Deutschland u. Österreich HelloFresh), Fabien Nestmann (Public Policy Western Europe, Uber), Prof. Dr. Stephan Rammler (Hochschule für Bildende Künste Braunschweig), Georg R. Rötzer (Vice President Corporate Marketing, Samsung Electronics) und Thomas Strerath (Vorstand Jung von Matt). Moderiert wurde der Event von Daniel Bröckerhoff (Moderator ZDF heute+).

Vertreter von Vermarkter-, Kunden- und Agenturseite diskutierten zudem über Herausforderungen bei Markenkommunikation, Mediaplanung und Forschung und beschäftigten sich mit Insights der GIK-Studien. Verschiedene Beispiele zeigten dabei getreu dem Motto „Daten sinnvoll verbinden“, dass die GIK mit der crossmedialen Markt-Media-Studie best for planning (b4p) und der medienübergreifenden Werbewirkungsstudie best for tracking (b4t) in den letzten Jahren einen einzigartigen Datenbestand aufgebaut hat, der es allen Beteiligten erlaubt, wertvolle Rückschlüsse und zukunftsweisende Erkenntnisse für die Bewältigung der immer komplexeren Kampagnenplanung zu

ziehen. Dabei hilft b4p ex ante bei der Allokation des Werbebudgets und b4t hilft, ex post nachzuerfolgen, wie effizient es eingesetzt wurde.

best4 – DAS EVENT soll in den kommenden Jahren als regelmäßige Veranstaltung etabliert werden, um den konstruktiven Austausch mit allen Marktpartnern auf breiter Basis im Sinne der hinter der GIK stehenden WIR-Kultur zu pflegen.

Von der geballten Expertise der hinter der GIK stehenden Medienhäuser zeigte sich auch **Manfred Braun, Geschäftsführer Funke Mediengruppe**, bei seinem offiziellen Eintritt in den GIK Gesellschafterkreis überzeugt: „Wir freuen uns sehr, jetzt mit Funke offiziell bei der GIK an Bord zu sein. Die mit den GIK-Studien b4p und b4t möglichen Erkenntnisgewinne und Learnings sind für alle Marktpartner angesichts der wachsenden Herausforderungen wichtiger denn je. Die GIK-Daten bieten Orientierung in einem volatilen Marktumfeld, weil sie zuverlässig helfen, Menschen, Medien und Märkte zu durchleuchten und die Werbewirkung kanalübergreifend zu verstehen.“

Weitere Stimmen zu best4 – DAS EVENT 2015:

Dr. Steven Althaus, Leiter Markenführung BMW Group: „Bei best4 – DAS EVENT 2015 sind eine beeindruckende Anzahl von renommierten Persönlichkeiten aus der Marken-, Agentur- und Medienbranche zusammen gekommen – sowohl auf der Bühne als auch im Zuschauerraum. Die GIK hat hier mit dem Schulterschluss der fünf dahinterstehenden Medienhäuser wirklich was bewegt. Das Veranstaltungsformat hat mit seiner hohen Dichte an Themen und Personen aus meiner Sicht ein vielversprechendes Potenzial – ich bin schon gespannt, wie die GIK dieses Event weiterentwickeln wird und freue mich schon auf die nächste Veranstaltung im kommenden Jahr!“

Weitere Informationen und Bildmaterial

Ergänzende Informationen zu dieser PM als Download unter:

<http://www.gik.media/news/uid/38-erfolgreiche-premiere-von-best4-das-event-2015/>

- Bilderauswahl der Veranstaltung zum Download inkl. BU's
- „Daten sinnvoll verbinden“ – Fakten aus den Studien-Insights zu den vier Trendthemen
- Studiensteckbriefe b4p und b4t

Eine detaillierte Nachberichterstattung zu best4 – DAS EVENT 2015 unter www.gik.media/event/

Kontakt

Gruner + Jahr GmbH & Co KG

Carola Holtermann

Tel.: 040 / 328 714 13

Mail: holtermann.carola_fr@guj.de

Axel Springer SE

Bianca-Maria Dardon

Tel.: 030 / 2591-77641

Mail: bianca.dardon@axelspringer.de

Bauer Media Group

Christoph Ploss

Tel: 040 / 3019-1037

Mail: christoph.ploss@bauermedia.com

Hubert Burda Media

Christiane Blana

Tel.: 089 / 9250-2954

Mail: christiane.blana@burda.com

Funke Mediengruppe

Dr. Tobias Korenke

Tel.: 0201 / 804 6886

Mail: T.Korenke@funkemedien.de