

Ranking der Medien-Marken erfreut KIWI. Mit über 3500 Fans stärkste Facebook-Unternehmensseite bei den klassischen Werbeagenturen.

KIWI Nr. 1 im Medien-Markenranking

Wie aus aktuellen Statistiken hervorgeht, belegt Deutschland bei den Facebook-Mitgliedschaften den elften Rang. Unangefochtener Spitzenreiter bleiben die USA mit 154 Millionen Nutzern, gefolgt von Indonesien (35 Millionen) und Großbritannien (29 Millionen). Den gewaltigsten Boom verzeichnet das soziale Netzwerk derzeit in Indien (plus 1.370 %, Mitgliederzahl: knapp 28 Millionen)

2010 waren noch alle Medienmarken in einem Ranking vereint und im Gesamtranking würde KIWI Platz 87 einnehmen – noch vor Marken wie „Schlag den Raab“, Welt online“ oder Sportschau. Vergleicht man das 2010 Gesamtranking mit dem 2011 Ranking, wird einem erst bewusst, welche Dynamik die sozialen Medien haben. 2010 hatte ein Medienformat wie „Schlag den Raab“ noch knapp 3.000 Fans und heute sind es bereits über 170.000 Fans. Ähnlich das Format Sportschau mit einer Steigerung von mehr als 10.000 %.

„Die Trennung nach Kategorien der Medienmarken macht Sinn“ sagt Wolfgang Furth von STI“ so ist ein echter Vergleich möglich. Denn ein Medienformat und ein Mediendienstleister verfügen über völlig unterschiedliche Ausgangssituationen.“ KIWI gibt Herrn Furth Recht und freut sich über die eigene starke Platzierung.

Ansprechpartner:

KIWI. Werbeagentur GmbH | Herr Oliver Scheu | Bramscher Str. 14 | 49088 Osnabrück | DE

Telefon +49 (0)541-66858-0 | Mail oscheu@kiwicore.com | www.kiwicore.com

KIWI. ist eine Kreativagentur im Mittelpunkt eines Netzwerks innovativ und visionär denkender Branchen-Profis aus den Bereichen Strategie, Beratung, Kommunikation, Kreation und Neue Medien. Die Agentur KIWI. mit ihrem Stammsitz in Osnabrück wurde im Jahre 2001 von Oliver Scheu gegründet. Schwerpunkte des Unternehmens sind der strategische Aufbau und die Pflege mittelständischer B2B- und B2C-Marken - von der umfassenden Marketingberatung über die Gestaltung einer aussagekräftigen Corporate Identity bis hin zum methodisch geplanten Einsatz multimedialer Anwendungen.