

SWISS FACEBOOK AWARDS | 11.03.2014

World of Games schlägt die Migros

Kägi (vgl. Bild) wurde vom Publikum zur beliebtesten Facebook-Seite gewählt.



Im Rahmen des Worldwebforum wurden am Donnerstag zum zweiten Mal die Swiss Facebook Awards vergeben. Die "Best Swiss Facebook Page" wurde vom Veranstalter Beecom nach objektiven Kriterien erhoben und prämiert, die "Most Popular Facebook Page" wurde hingegen vom Publikum per Online-Voting ermittelt. persoenlich.com stellt die Gewinner vor.

"Best Swiss Facebook Page"

Folgende Kriterien wurden bewertet: die Anzahl der Fans, Aktivitäten der Seiten-Administratoren, Community Response, Swissness, Design und Content. Zur "Best Swiss Facebook Page" wurde die Seite von World of Games erkoren. Sie überzeugte in allen Bewertungskriterien und setzte sich deutlich von den ersten Verfolgern ab. Die Migros landete auf Platz zwei, Bronze ging an den Outdoor-Spezialisten Mammut.





Die ersten Medien-Facebook-Seiten landeten deutlich weiter hinten. Auf Platz 15 rangiert "20Minuten", der "Blick" folgt auf Rang 18, die "NZZ" auf Rang 24. Insgesamt wurden 81 Fan-Seiten bewertet. Dem Gewinner wurde am Donnerstagabend im Komplex 457 in Zürich der Award überreicht. "Dieser Preis bedeutet uns sehr viel. Wir investieren täglich viel Zeit in unsere Facebook-Page", sagen die Vertreter von World of Games auf der Bühne. "Facebook wird für uns und unsere Kunden immer wichtiger, da wir sie direkt über das Social Network auch an Wochenenden beraten."

"Most Popular Facebook Page"

Bereits vor einem Monat fiel der Startschuss zur Abstimmung über die beliebteste Schweizer Facebook-Unternehmensseite. Aus einer Vorauswahl von 77 Unternehmen konnten Fans ihren Favoriten wählen. Jenes Unternehmen, das am meisten "Likes" mobilisierte, gewann den Award für die "Most Popular Swiss Facebook Page 2014".



Dieses Jahr setzte sich Kägi durch mit insgesamt 10'432 Stimmen, heisst es in einer Mitteilung. Nach spannenden vier Wochen konnte sich das Schokoladenwaffelunternehmen vor der Johann Sebastian Bach Stiftung mit 10'205

Stimmen und Appenzeller Käse mit 10'137 Stimmen platzieren. Während sich im letzten Jahr insgesamt rund 7'000 Personen am Voting beteiligten, erzielte Kägi mit 10'432 Stimmen alleine schon ein beachtlich höheres Ergebnis als das ganze letztjährige Voting.

Die SBB schaffte es auf Platz zehn, "20 Minuten" ist wiederum die beliebteste Medien-Seite und rangiert auf Platz 28. Um die weiteren Branchen-Pages zu finden, musste man etwas weiter nach unten blättern. Der "Blick" schaffte es gerade mal auf Rang 49, die Fanseite der SRF-Sendung "Glanz&Gloria" klassierte sich auf Rang 70. (ml)

KOMMENTIEREN

Kommentar *

Kommentare werden zunächst moderiert und erst dann freigeschaltet. Anonyme, persönlichkeitsverletzende und unsachliche Kommentare werden nicht veröffentlicht.

Ihr Name *

Ihr korrekter Vor- und Nachname

E-Mail *

Ihre gültige E-Mail-Adresse

SPEICHERN

WEITERE NEWS AUS DIESEM BEREICH

Worldwebforum: Facebook bleibt Nummer eins unter den sozialen Netzwerken

Experten aus Übersee referierten über Social Media im Unternehmensalltag.

Axel Springer: Finanzen.ch und Swissquote spannen zusammen

Nutzer sollen via Website oder App schnell kaufen und verkaufen können.

Bundesgericht: Beratungen werden nicht im Internet übertragen

Die Mehrheit fand, es bestehe genügend Transparenz.

US-Geheimdienstaffäre: Snowden ruft Technologie-Szene per Video zur Gegenwehr auf

Er bekräftigte, dass er die Offenlegung der NSA-Spähprogramme nicht bereue.

Internethandel: Ebay lehnt Icahn-Kandidaten für Verwaltungsrat ab

Die Kandidaten seien "nicht qualifiziert" und sässen schon in zu vielen Gremien.

Google: Weitet Android-Plattform auf tragbare Geräte aus

Der Markt dieser Wearables gilt als grosse Zukunftshoffnung.

Adello: Drei neue Spezialisten verpflichtet

Zuständig für Account- und Operations Management und Ad-Operations.

Cebit: Computermesse hat dieses Jahr den Schwerpunkt Datability

Mehr als 500 der 3500 Aussteller beschäftigen sich mit Sicherheitsfragen.

Cybermobbing: Blossgestellt im weltweiten Netz

Laut Studie sind 20 Prozent der Schulkinder manchmal von Cybermobbing betroffen.

WhatsApp: US-Organisationen fordern Verkauf an Facebook zu stoppen

Die Social-Media-Plattform könnte die Daten für Werbezwecke nutzen.

AKTUELLE AUSGABE:



Das Schweizer Wirtschafts-
magazin der
Kommunikation

Jetzt Heft bestellen!

[Team](#) [Kontakt](#) [Impressum](#) [Datenschutz](#)

Copyright © 2013 persönlich Verlags AG.