BURGWEDLER UNTERNEHMEN MIT DEM SIEGEL "DEUTSCHLANDS BESTE" AUSGEZEICHNET

Veröffentlicht am 07.03.2019 um 13:23 von Redaktion Burgwedel-Aktuell

Das Burgwedeler Unternehmen service94 GmbH wurde beim größten Markentest Deutschlands in der Kategorie Werbe- und PR-Agenturen unter die Top 30 gewählt. In einer Analyse von rund 34 Millionen Kundenstimmen aus sozialen Medien in Deutschland wurde damit die service94 GmbH als einzige auf Fundraising spezialisierte Agentur mit dem Prädikat "Deutschlands Beste" ausgezeichnet. Das Institut für Management- und Wirtschaftsforschung GmbH (IMWF) führte im Auftrag von Deutschlandtest und dem Wirtschaftsmagazin Focus Money den Markentest im vergangenen Jahr erstmalig durch. In Deutschland gibt es zurzeit 12.000 Werbeagenturen (Quelle wikipedia).Die service94 GmbH hatte 2001 ihren Sitz von Hannover nach Burgwedel verlegt. Die Fundraisingagentur ist seit Jahrzehnten auf Mitgliederwerbung für Vereine im gesamten Bundesgebiet spezialisiert. Rund 200 festangestellte Mitarbeiter in der Zentrale und an den Informationsständen im ganzen Land sind im Bereich Fundraising tätig. Der Beruf des Fundraisers gewinnt immer mehr an Bedeutung. Bewerberinnen und Bewerber haben deshalb in dieser Branche sehr gute Zukunftsperspektiven und einen krisensicheren Arbeitsplatz. Seriosität, Fairness und Transparenz sind dabei die Grundsätze der Arbeit der service94 GmbH, die nun durch die unabhängige Studie "Die Besten im Beruf" bestätigt wurde.Die Studie „Deutschlands Beste" wurde im Auftrag von Focus Money und Deutschland Test durch das IMWF Institut für Management und Wirtschaftsforschung mit wissenschaftlicher Begleitung der International School of Management (ISM) realisiert. Die Auszeichnung „Deutschlands Beste" wird in der Gesellschaft als ein Gütesiegel für eine hohe Kundenorientierung und eine positive Markenkultur wahrgenommen. Hinter dem Markenwert steht also auch die Beliebtheit bei den Verbrauchern. Sie ist durchaus messbar – und gibt dahinterstehenden Unternehmen wichtige Hinweise zur eigenen Position und zum Beliebtheitsgrad der Wettbewerber.Dabei wurden rund 34 Millionen Kundenstimmen aus Online-Medien und Social-Media in der Zeit vom 1. Dezember 2017 bis 31. Mai 2018 zu rund 20.000 Marken und Unternehmen aus 254 Branchen in Deutschland ausgewertet. Zu Grunde lagen bei der Datenerhebung 350 Millionen Online-Quellen: 143 Millionen Nachrichten-Seiten, 123 Millionen Webseiten, 24 Millionen Foren, 42 Millionen Blogs, 7 Millionen Pressemitteilungen, 7 Millionen Consumer-Seiten und sämtliche Social-Media-Kanäle. Mithilfe modernster Technologie und künstlicher Intelligenz wurden die frei zugänglichen Onlinequellen nach positiven, neutralen oder negativen Statements im Kontext mit den beschriebenen Marken durchsucht. Ganz gleich ob in Bezug auf Preis-Leistung, Service und Qualität, Weiterempfehlungsbereitschaft, Vertrauen in die Marke oder Sympathie, wurde daraus ein Index erstellt, um abzubilden, wie positiv die Resonanz auf die jeweilige Marke ausfällt. Weitere Informationen zur Studie und alle Ergebnisse sind unter www.deutschlandtest.de einsehbar.