

## Ranking der digitalen Vermarkter

AGOF digital facts 2015-09

Einzelmonat

Basis Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet-User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	72,6	38,37
Ströer Digital	2	67,7	35,77
Media Impact	3	67,2	35,50
United Internet Media	4	66,9	35,38
ForwardAdGroup	5	64,5	34,07
SevenOne Media	6	63,3	33,47
OMS	7	55,4	29,27
IP Deutschland	8	53,5	28,28
G+J e MS	9	52,5	27,76
eBay Advertising Group Deutschland	10	46,4	24,54
iq digital	11	40,7	21,52
SPIEGEL QC	12	37,1	19,59
Yahoo! Deutschland	13	36,2	19,15
netpoint media	14	20,4	10,76
BAUER ADVERTISING	15	18,8	9,95
Urban Media	16	17,8	9,42
MAIRDUMONT MEDIA	17	17,0	9,00
Weischer Online	18	16,6	8,78
Triad Retail Media	19	15,6	8,25
YOC	20	14,7	7,76
Unister Media	21	14,5	7,66
Mode Media	22	11,3	6,00
VICE Digital	23	11,3	5,98
HiMedia Deutschland	24	10,9	5,75
TripAdvisor	24	10,9	5,75
QUARTER MEDIA	26	10,7	5,66
DS Ventures	27	10,6	5,59
CHECK24 Vergleichsportal	28	8,3	4,38
TripleDoubleU	29	8,0	4,23
madvertise Media	30	7,6	4,01
Delta Advertising	31	7,4	3,92
CommonMedia	32	7,0	3,69
StayFriends	33	4,6	2,45
WEBEDIA	34	4,6	2,44
guentiger.de	35	4,4	2,34
OnVista Media Sales	36	3,0	1,59
CondeNast	37	3,0	1,58
K&K	38	2,9	1,55
Govt-Verlag Pharmazeutischer Verlag	39	2,7	1,40
teltarif.de Onlineverlag	40	2,4	1,27
VIACOM	41	2,2	1,17
Fonpit	42	2,2	1,16
IDG Business Media	43	2,1	1,12
Mein Prospekt	44	1,7	0,89
Cinema Management Services	45	1,4	0,76
Web Media Publishing	46	1,4	0,73
inside-intermedia	47	1,3	0,69
Deutscher Fachverlag	48	1,3	0,68
adflames Media	49	1,1	0,56
apprupt	50	1,0	0,52
PUSHFIRE	51	0,9	0,46
evania	52	0,7	0,36
Verlag Werben & Verkaufen	53	0,6	0,34
Holzmann Medien	54	0,5	0,24
joiz	55	0,3	0,18
ServusTV Fernsehgesellschaft	56	0,3	0,14
Red Bull Media House Publishing	57	0,2	0,10

Angaben in Mio. UU und Prozent für den Einzelmonat im Untersuchungszeitraum September 2015

Basis: 103.513 Fälle (Nutzer mobiler und/oder stationärer Angebote (in den letzten 3 Monaten))

Quelle: AGOF e.V. / digital facts 2015-09

Grundlage sind jeweils die in der AGOF gemessenen Angebote aus dem jeweiligen Portfolio des Vermark-