

## Ranking der digitalen Vermarkter

AGOF digital facts 2015-12

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	73,5	38,87
United Internet Media	2	68,7	36,29
Ströer Digital	3	68,3	36,08
Media Impact	4	67,7	35,80
ForwardAdGroup	5	63,9	33,75
SevenOne Media	6	62,0	32,79
OMS	7	54,6	28,87
G+J e MS	8	54,6	28,85
IP Deutschland	9	53,1	28,06
eBay Advertising Group Deutschland	10	47,2	24,93
iq digital	11	41,1	21,73
SPIEGEL QC	12	38,1	20,15
Yahoo! Deutschland	13	36,5	19,27
Weischer Online	14	22,7	12,02
BAUER ADVERTISING	15	21,8	11,54
Triad Retail Media	16	21,0	11,09
netpoint media	17	19,1	10,08
Urban Media	18	17,1	9,01
MAIRDUMONT MEDIA	19	15,4	8,16
YOC	20	15,0	7,91
Unister Media	21	11,3	5,98
VICE Digital	22	10,6	5,59
CHECK24 Vergleichsportal	23	9,7	5,13
Mode Media	24	9,6	5,10
QUARTER MEDIA	25	9,4	4,97
Media Partisans	26	9,3	4,93
TripleDoubleU	27	8,4	4,46
madvertise Media	28	7,9	4,16
Delta Advertising	29	7,4	3,92
HiMedia Deutschland	30	7,0	3,68
CommonMedia	31	6,6	3,51
guenstiger.de	32	5,8	3,08
StayFriends	33	5,6	2,95
WEBEDIA	34	5,5	2,88
CondeNast	35	3,7	1,94
OnVista Media Sales	36	3,4	1,80
K&K	37	3,3	1,77
Govi-Verlag Pharmazeutischer Verlag	38	3,0	1,58
teltarif.de Onlineverlag	39	2,9	1,56
Fonpit	40	2,5	1,30
IDG Business Media	41	2,2	1,16
Cinema Management Services	42	2,1	1,13
VIACOM	43	2,1	1,10
Web Media Publishing	44	1,9	0,99
inside-intermedia	45	1,4	0,72
adflames Media	46	1,3	0,67
Deutscher Fachverlag	47	1,0	0,55
evania	48	1,0	0,50
PUSHFIRE	49	0,9	0,45
Room49	50	0,7	0,36
Verlag Werben & Verkaufen	51	0,5	0,29
Holzmann Medien	52	0,4	0,19
ServusTV Fernsehgesellschaft	53	0,3	0,18
joiz	54	0,3	0,13
Red Bull Media House Publishing	55	0,2	0,10

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

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

Quelle: AGOF e.V. / digital facts 2015-12

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