

Ranking der digitalen Vermarkter

AGOF digital facts 2016-04

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	68,6	36,15
United Internet Media	2	65,7	34,64
Media Impact	3	63,2	33,32
Ströer Digital	4	60,3	31,79
SevenOne Media	5	59,0	31,10
BurdaForward	6	57,5	30,32
OMS	7	52,4	27,60
IP Deutschland	8	50,1	26,39
G+J e MS	9	49,3	26,00
eBay Advertising Group Deutschland	10	44,8	23,59
iq digital	11	37,1	19,57
SPIEGEL QC	12	36,4	19,21
Yahoo! Deutschland	13	28,1	14,84
BAUER ADVERTISING	14	19,3	10,19
netpoint media	15	16,9	8,91
BCN - Burda Community Network	16	15,9	8,39
MAIRDUMONT MEDIA	17	15,4	8,09
HiMedia Deutschland	18	13,7	7,25
YOC	19	13,0	6,86
Urban Media	20	12,7	6,70
Triad Retail Media	21	12,4	6,53
VICE Digital	22	11,5	6,07
Ad Up Technology	23	10,3	5,44
Media Partisans	24	9,5	4,99
QUARTER MEDIA	25	8,4	4,42
madvertise Media	26	8,1	4,30
CHECK24 Vergleichsportal	27	8,1	4,27
TripleDoubleU	28	7,7	4,04
StayFriends	29	6,6	3,46
CommonMedia	30	6,4	3,35
Weischer Online	31	4,7	2,45
STYLIGHT	32	4,6	2,45
Delta Advertising	33	4,0	2,11
OnVista Media Sales	34	3,9	2,08
CondeNast	35	3,9	2,04
guenstiger.de	36	3,3	1,75
teltarif.de Onlineverlag	37	2,3	1,22
Govi-Verlag Pharmazeutischer Verlag	38	2,2	1,17
K&K	39	2,1	1,10
Fonpit	40	2,1	1,09
IDG Business Media	41	1,7	0,90
VIACOM	42	1,7	0,88
Web Media Publishing	43	1,2	0,63
Deutscher Fachverlag	44	1,2	0,62
adflames Media	45	1,1	0,55
inside-intermedia	46	1,0	0,53
Cinema Management Services	47	1,0	0,51
PUSHFIRE	48	0,7	0,39
Verlag Werben & Verkaufen	49	0,6	0,32
evania	50	0,5	0,29
Holzmann Medien	51	0,4	0,23
vwd netsolutions	52	0,4	0,20
FUNK KOMBI WEST	53	0,3	0,16
joiz	54	0,2	0,09
Room49	54	0,2	0,09

Angaben in Mio. UU und Prozent für den Einzelmonat im Untersuchungszeitraum April 2016

Basis: 103.805 Fälle (Nutzer mobiler und/oder stationärer Angebote (in den letzten 3 Monaten))

Quelle: AGOF e.V. / digital facts 2016-04

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