

Ranking der digitalen Vermarkter

AGOF digital facts 2016-05

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	70,6	37,25
United Internet Media	2	66,4	35,02
Media Impact	3	65,5	34,54
Ströer Digital	4	63,4	33,40
SevenOne Media	5	62,0	32,67
BurdaForward	6	59,7	31,47
OMS	7	56,2	29,62
IP Deutschland	8	54,0	28,45
G+J e MS	9	51,5	27,13
eBay Advertising Group Deutschland	10	44,1	23,23
iq digital	11	39,5	20,82
SPIEGEL QC	12	37,6	19,81
Yahoo! Deutschland	13	29,6	15,62
BAUER ADVERTISING	14	21,2	11,20
MAIRDUMONT MEDIA	15	19,4	10,25
netpoint media	16	19,0	10,00
BCN - Burda Community Network	17	16,6	8,73
HiMedia Deutschland	18	15,2	7,99
YOC	19	14,9	7,85
Triad Retail Media	20	13,2	6,94
Urban Media	21	12,7	6,72
Ad Up Technology	22	11,2	5,90
madvertise Media	23	10,9	5,73
Media Partisans	24	10,5	5,52
VICE Digital	25	10,1	5,34
QUARTER MEDIA	26	9,6	5,04
CHECK24 Vergleichsportal	27	8,2	4,30
TripleDoubleU	28	8,1	4,27
CommonMedia	29	6,6	3,49
Weischer Online	30	5,3	2,77
StayFriends	31	4,9	2,59
STYLIGHT	32	4,7	2,48
CondeNast	33	4,3	2,26
OnVista Media Sales	33	4,3	2,26
Delta Advertising	35	3,9	2,06
guentiger.de	36	3,1	1,62
teltarif.de Onlineverlag	37	2,6	1,36
Govi-Verlag Pharmazeutischer Verlag	38	2,4	1,26
K&K	39	2,3	1,21
Web Media Publishing	40	1,9	1,00
Fonpit	41	1,9	0,99
VIACOM	42	1,4	0,74
adbility media	43	1,4	0,71
adflames Media	44	1,2	0,63
IDG Business Media	45	1,1	0,60
Deutscher Fachverlag	46	1,1	0,57
Cinema Management Services	47	1,0	0,52
inside-intermedia	48	0,9	0,50
PUSHFIRE	49	0,7	0,37
Verlag Werben & Verkaufen	50	0,6	0,32
evania	51	0,5	0,26
Holzmann Medien	52	0,4	0,22
vwd netsolutions	52	0,4	0,22
FUNK KOMBI WEST	54	0,3	0,16
joiz	55	0,3	0,14
Room49	56	0,2	0,10

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

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

Quelle: AGOF e.V. / digital facts 2016-05

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