

## Ranking der digitalen Vermarkter

AGOF digital facts 2016-06

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	68,3	36,03
United Internet Media	2	67,4	35,53
Media Impact	3	66,3	34,97
Ströer Digital	4	63,7	33,60
SevenOne Media	5	62,0	32,67
BurdaForward	6	59,8	31,54
OMS	7	57,1	30,09
IP Deutschland	8	53,3	28,10
G+J e MS	9	51,2	27,00
eBay Advertising Group Deutschland	10	46,0	24,26
iq digital	11	40,0	21,09
SPIEGEL QC	12	38,6	20,35
Yahoo! Deutschland	13	27,5	14,52
BAUER ADVERTISING	14	20,6	10,84
netpoint media	15	19,5	10,25
MAIRDUMONT MEDIA	16	19,1	10,07
BCN - Burda Community Network	17	17,3	9,10
Urban Media	18	16,9	8,92
Scout24	19	15,8	8,31
YOC	20	14,9	7,88
HiMedia Deutschland	21	14,9	7,86
VICE Digital	22	11,7	6,15
Ad Up Technology	23	11,1	5,87
madvertise Media	24	10,7	5,66
Weischer Online	25	9,9	5,23
TripleDoubleU	26	8,5	4,46
CHECK24 Vergleichsportal	27	8,4	4,43
QUARTER MEDIA	28	8,2	4,35
CommonMedia	29	6,9	3,62
Triad Retail Media	30	6,3	3,31
OnVista Media Sales	31	4,6	2,41
STYLIGHT	32	4,2	2,23
CondeNast	33	4,0	2,13
Delta Advertising	34	3,6	1,91
guentiger.de	35	2,8	1,46
teltarif.de Onlineverlag	36	2,7	1,44
K&K	37	2,6	1,35
Govi-Verlag Pharmazeutischer Verlag	38	2,3	1,20
Web Media Publishing	39	2,1	1,10
Fonpit	40	1,9	0,98
VIACOM	41	1,5	0,80
IDG Business Media	42	1,5	0,77
adbility media	43	1,3	0,70
adflames Media	44	1,3	0,68
Deutscher Fachverlag	45	1,1	0,58
inside-intermedia	46	1,0	0,50
Cinema Management Services	47	0,8	0,44
PUSHFIRE	48	0,6	0,33
Holzmann Medien	49	0,5	0,27
Verlag Werben & Verkaufen	49	0,5	0,27
evania	51	0,5	0,26
vwd netsolutions	52	0,5	0,24
FUNK KOMBI WEST	53	0,4	0,22
Room49	54	0,3	0,14
joiz	55	0,2	0,12

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

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

Quelle: AGOF e.V. / digital facts 2016-06

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