

Ranking der digitalen Vermarkter

AGOF digital facts 2015-07

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	71,5	37,79
United Internet Media	2	67,3	35,57
Ströer Digital	3	66,7	35,27
Media Impact	4	66,2	34,99
SevenOne Media	5	64,9	34,28
ForwardAdGroup	6	63,7	33,65
IP Deutschland	7	53,7	28,38
OMS	8	53,0	28,02
G+J e MS	9	50,3	26,61
eBay Advertising Group Deutschland	10	46,1	24,36
iq digital	11	38,6	20,39
Yahoo! Deutschland	12	37,3	19,69
SPIEGEL QC	13	36,6	19,33
BAUER ADVERTISING	14	19,2	10,14
MAIRDUMONT MEDIA	15	18,7	9,91
netpoint media	16	18,6	9,84
Urban Media	17	17,0	9,01
Unister Media	18	15,4	8,15
Weischer Online	19	14,9	7,89
Triad Retail Media	20	14,6	7,71
Mode Media	21	12,4	6,57
QUARTER MEDIA	22	10,6	5,60
VICE Digital	23	10,5	5,56
TripAdvisor	24	10,3	5,45
YOC	25	10,3	5,43
HiMedia Deutschland	26	10,1	5,32
CHECK24 Vergleichsportal	27	9,0	4,75
madvertise Media	28	7,9	4,16
Delta Advertising	29	7,1	3,74
CommonMedia	30	6,8	3,61
StayFriends	31	6,0	3,17
TripleDoubleU	32	5,3	2,79
guenstiger.de	33	4,8	2,52
WEBEDIA	34	4,5	2,38
CondeNast	35	3,4	1,78
OnVista Media Sales	36	3,1	1,66
Govi-Verlag Pharmazeutischer Verlag	37	2,7	1,43
K&K	38	2,6	1,35
VIACOM	39	2,4	1,28
teltarif.de Onlineverlag	40	2,2	1,14
Fonpit	41	2,1	1,13
IDG Business Media	42	2,0	1,04
Mein Prospekt	43	1,7	0,91
Cinema Management Services	44	1,4	0,76
PUSHFIRE	45	1,2	0,65
inside-intermedia	45	1,2	0,65
adflames Media	47	1,1	0,59
Deutscher Fachverlag	47	1,1	0,59
Web Media Publishing	49	1,0	0,53
evania	50	0,9	0,49
apprupt	51	0,8	0,42
Verlag Werben & Verkaufen	52	0,6	0,31
joiz	53	0,4	0,21
Red Bull Media House Publishing	54	0,3	0,15
ServusTV Fernsehgesellschaft	55	0,2	0,10

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

Basis: 102.571 Fälle (Nutzer mobiler und/oder stationärer Angebote (in den letzten 3 Monaten))

Quelle: AGOF e.V. / digital facts 2015-07

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