



Susan Rönisch

# AGOF Online-Reichweiten: Ströer stürmt das Ranking

Der Druck auf klassische Portale durch Web-2.0-Angebote wächst

Anfang Dezember 2008 haben Orangemedia und Ad2Net ihre Kräfte als neues Vermarktungsunternehmen Ströer Interactive gebündelt. Das sich die Heirat gelohnt hat, zeigt die aktuelle Reichweitenmessung der AGOF. Der neue Vermarkter nimmt es auf Anhieb mit den Platzhirschen der Branche auf.

- www.agof.de
- www.stroeer-interactive.de
- www.gujmedia.de
- www.axelspringer.de
- www.advertising.microsoft.com
- www.gutefrage.net
- www.mister-wong.de
- www.arcor.de
- www.studiVZ.de
- www.myvideo.de
- www.t-online.de
- www.web.de
- www.gmx.de

Die ganz großen Überraschungen bei den 'Internet Facts III 2008' der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung bleiben aus, dennoch hat sich einiges getan. Der neue Vermarkter Ströer Interactive hat sich bei der aktuellen AGOF-Ausweisung auf Anhieb auf Platz elf ins Vermarkter-Ranking katapultiert. Mit einer Reichweite von 27,9 Prozent verweist Ströer Interactive Dickschiffe wie G+J Electronic Media Sales (27,2 Prozent), Axel Springer (25,8 Prozent) und Microsoft Advertising (25,7 Prozent) hinter sich. Damit hat Ströer Interactive sein Ziel „einer der größten verlagsunabhängigen Online-Werbevermarkter Deutschlands“ zu werden, erreicht.

Angeführt wird das AGOF-Ranking von denjenigen Vermarktern und Online-Medien, die auf den vorderen Plätzen zu erwarten waren. Nur G+J Electronic Media Sales ist aus den Vermarkter-TopTen gefallen und hat mit dem aktuellen 13. Platz ganze acht Plätze eingebüßt. Bei den Online-Medien hat sich die Community Gutefrage.net (Platz 36) um 13 Plätze verbessert,



## Poster für Premium-Mitglieder

Das aktuelle Poster 'Online-Werbung Winter 2008' erhalten iBusiness-Premium-Mitglieder kostenfrei mit dieser Ausgabe der 'iBusiness Executive Summary'. Weitere Exemplare erhalten Premium-Mitglieder zum Vorzugspreis im iBusiness-Shop unter [www.ibusiness.de/shop](http://www.ibusiness.de/shop).

aber auch der Social-Bookmarking-Dienst Mister Wong (Platz 38) hat zehn Plätze gutgemacht.

Der Telekommunikationsanbieter Arcor, der Überraschungs-Neuzugang des vergangenen Rankings, konnte seinen Platz in den Top Ten nicht verteidigen und liegt nun auf Rang zwölf. Die Platzierung zeigt aber deutlich, dass es sich bei dem klassischen Unternehmen nicht um eine Eintagsfliege handelt, die es mit den Platzhirschen der Online-Branche aufgenommen hat.

StudiVZ hat sich um zwei Plätze verbessert, liegt aktuell auf Platz acht. Das Studentennetzwerk und die Videoplattform MyVideo sind bereits fester Bestandteil der Ranking-Top-Ten. Aber nach wie vor fangen die klassischen Portale wie T-Online, Web.de und GMX den Angriff der Web-2.0-Konkurrenten ab.

### Verschiebungen in den Rankings der größten Online-Vermarkter und -Medien

#### Rang Online-Vermarkter

1	United Internet Media AG
2	SevenOne Interactive GmbH
3	InteractiveMedia CCSP GmbH
4	TOMORROW FOCUS
5	IP Deutschland (6) ↗
6	AdLink Media Germany (7) ↗
7	ad pepper media & mediasquares (8) ↗
8	Platform-A Media (vorher AOL) (9) ↗
9	Yahoo! Deutschland GmbH (12) ↗
10	GWP media-marketing GmbH

#### Rang Online-Medien

1	T-Online
2	WEB.DE
3	Yahoo! Deutschland (4) ↗
4	MSN.de (3) ↘
5	GMX
6	MyVideo (7) ↗
7	RTL.de (8) ↗
8	StudiVZ (10) ↗
9	SPIEGEL ONLINE (11) ↗
10	CHIP Online (13) ↗

Quelle: AGOF; Grafik: HighText Verlag

## DER TREND

Obwohl die Branchendickschiffe dank Web-2.0-Features ihre Spitzenpositionen verteidigen können, werden die Web-2.0-Dienste die Traditionalisten langfristig unter Druck setzen.

## TRENDINDIKATOR

Immer mehr Web-2.0-Angebote preschen im Ranking nach vorn und weisen klassische Portale auf die hinteren Ränge.