FULL-SERVICE-DIGITALAGENTUREN
FACHKREIS IM BVDW

INTERNET AGENTUR RANKING

BVDW
Wir sind das Netz

Full-Service-Internetagenturen in Deutschland – Umsätze, Entwicklungen und Trends 2015

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Internetagentur Ranking – Daten & Fakten

- Das Internetagentur-Ranking wird seit 2001 jährlich vom BVDW durchgeführt und gemeinsam mit den Kooperationspartnern Hightext iBusiness, Werben & Verkaufen und HORIZONT veröffentlicht.
- Einmal jährlich werden die Angaben der Full-Service-Internetagenturen über einen Fragebogen erhoben. Die Erhebung findet dabei in den ersten Monaten eines Jahres statt, so dass eine Veröffentlichung im April möglich ist.
- Rankingrelevant sind die Angaben der Agenturen zum Honorarumsatz und zu den Mitarbeiterzahlen.
- Weitere Informationen finden Sie unter:

www.agenturranking.de

FULL-SERVICE-
DIGITALAGENTUREN
FACHKREIS IM BVDW

BVDW
Wir sind das Netz

Zentrale Ergebnisse: Internetagentur Ranking 2015

INTERNETAGENTUR-RANKING 2015

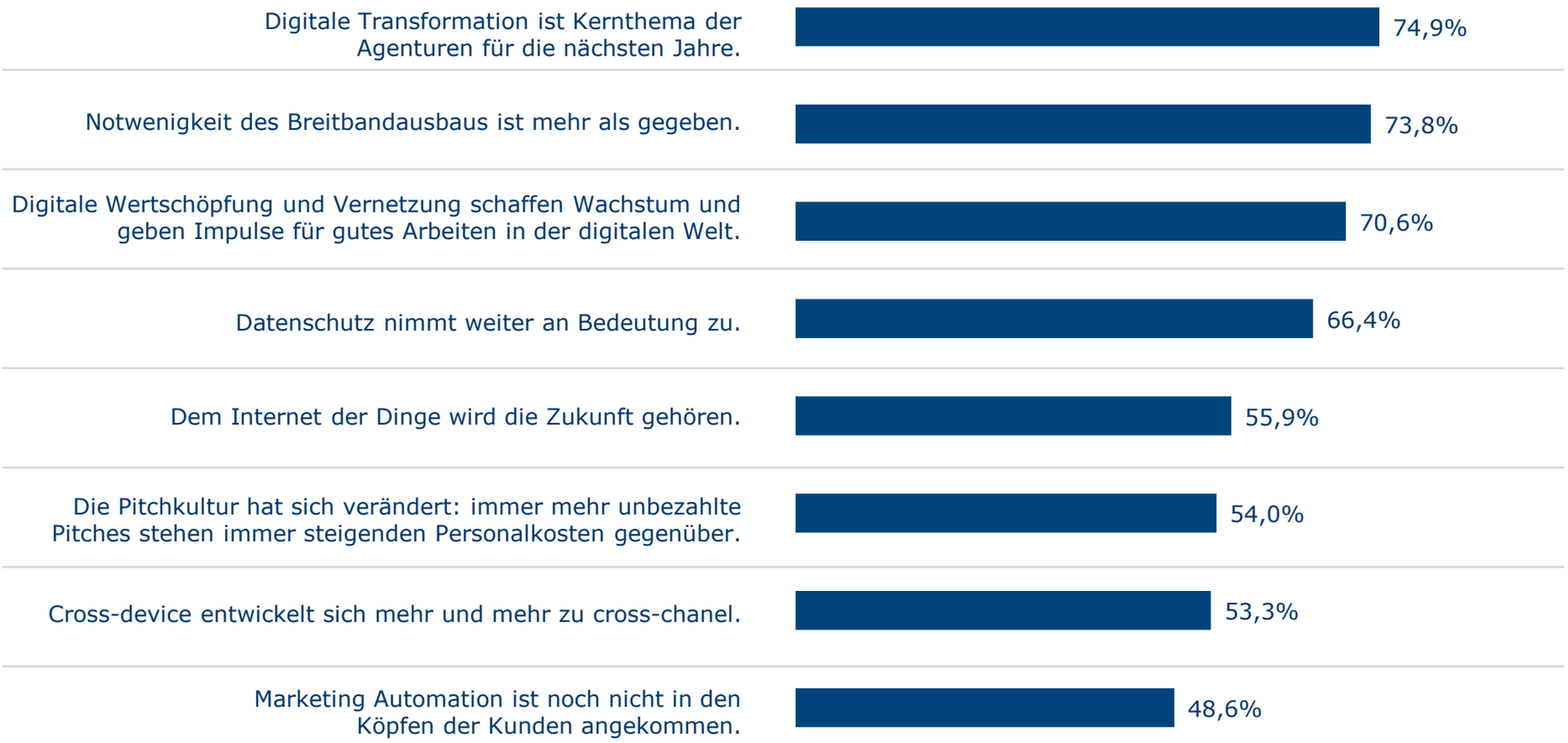
Rang	VJ	Firma	BVDW-Mitglied	Honorarumsatz in 2014 in Mio. EUR	Umsatzänderung gegenüber 2013 in %	Festangestellte 31.12.2014
1	2	Plan.Net Gruppe	X	67,259	23,9	610
2	1	UDG United Digital Group	X	66,179	9,9	605
3	4	SinnerSchrader Aktiengesellschaft		49,972	31	474
4	3	team neusta	X	48,959	18,1	499
5	-	Sapient GmbH	X	43,418	-	380
6	-	C3 Creative Code and Content GmbH	X	32,052	-	257
7	11	Valtech		28,845	40,2	128
8	8	SYZYGY AG		26,777	15,6	217
9	5	dmc digital media center / diconium group		26,444	4,2	253
10	7	Wiethe Interaktiv	X	24,45	5,1	205
11	9	pilot Hamburg GmbH & Co. KG	X	24,21	7,9	191
12	13	Reply - Digital Experience		22,492	19	208
13	10	]init[AG		22,214	5,7	258
14	12	Aperto		22,211	9,1	226
15	14	Razorfish GmbH	X	20,7	24,3	183
16	16	Ray Sono AG		16,022	8,6	117
17	20	ARITHNEA GmbH		15,074	20,4	118
18	17	denkwerk GmbH	X	15,03	5,8	173
19	18	Scholz & Volkmer GmbH		14,2	6,8	166
20	24	Namics (Deutschland) GmbH		13,794	22	151
21	23	TWT Interactive GmbH	X	13,764	20	156
22	27	ecx.io		13,06	23,2	158
23	-	Newcast	X	11,728	-	231
24	29	NOLTE&LAUTH GmbH		11,585	15	108
25	25	Virtual Identity AG	X	11,261	1,5	106
26	52	Antwerpes AG		11,167	105	112
27	19	webguerillas		10,855	-17,7	160
28	32	neuland bremen GmbH		10,794	21,1	77
29	36	AOE GmbH		10,007	40,2	103
30	30	Saint Elmo`s		9,921	8,9	114

- Teilnehmer: 231 Full-Service-Internetagenturen
- 1,218 Mrd. Euro Honorarumsatz in 2014
- 12.800 festangestellte Mitarbeiter (in JAE)

FULL-SERVICE-DIGITALAGENTUREN
FACHKREIS IM BVDW

BVDW
Wir sind das Netz

Drei von vier Agenturen betrachten die digitale Transformation als das Kernthema der nächsten Jahre.



Quelle: Internetagentur Ranking 2015; Basis n=231
Frage: „Nachfolgend präsentieren wir einige Thesen zu Entwicklungen und Trends in der digitalen Wirtschaft. Bitte geben Sie an, wie sehr Sie mit Ihnen übereinstimmen."

Internetagentur-Ranking – Expertenstimmen

Marco Zingler,

Vorsitzender des Fachkreis Full-Service-Digitalagenturen im BVDW und Geschäftsführer denkwerk GmbH:

„Dass die digitale Transformation das Kernthema der Agenturen für die nächsten Jahre ist, untermauern die Zahlen eindrucksvoll. Im Zuge dessen müssen wir Kommunikation, Marketing, Vertrieb und Service nachhaltig verändern und neu ausrichten. Nur so schaffen wir es, unsere Geschäftsmodelle ins digitale Business zu transformieren."

Die Bedeutung von Wearables hat nur für ein Drittel der Agenturen in den letzten Jahren zugenommen.

Quelle: Internetagentur Ranking 2015; Basis n=231
Frage: „Nachfolgend präsentieren wir einige Thesen zu Entwicklungen und Trends in der digitalen Wirtschaft. Bitte geben Sie an, wie sehr Sie mit Ihnen übereinstimmen."

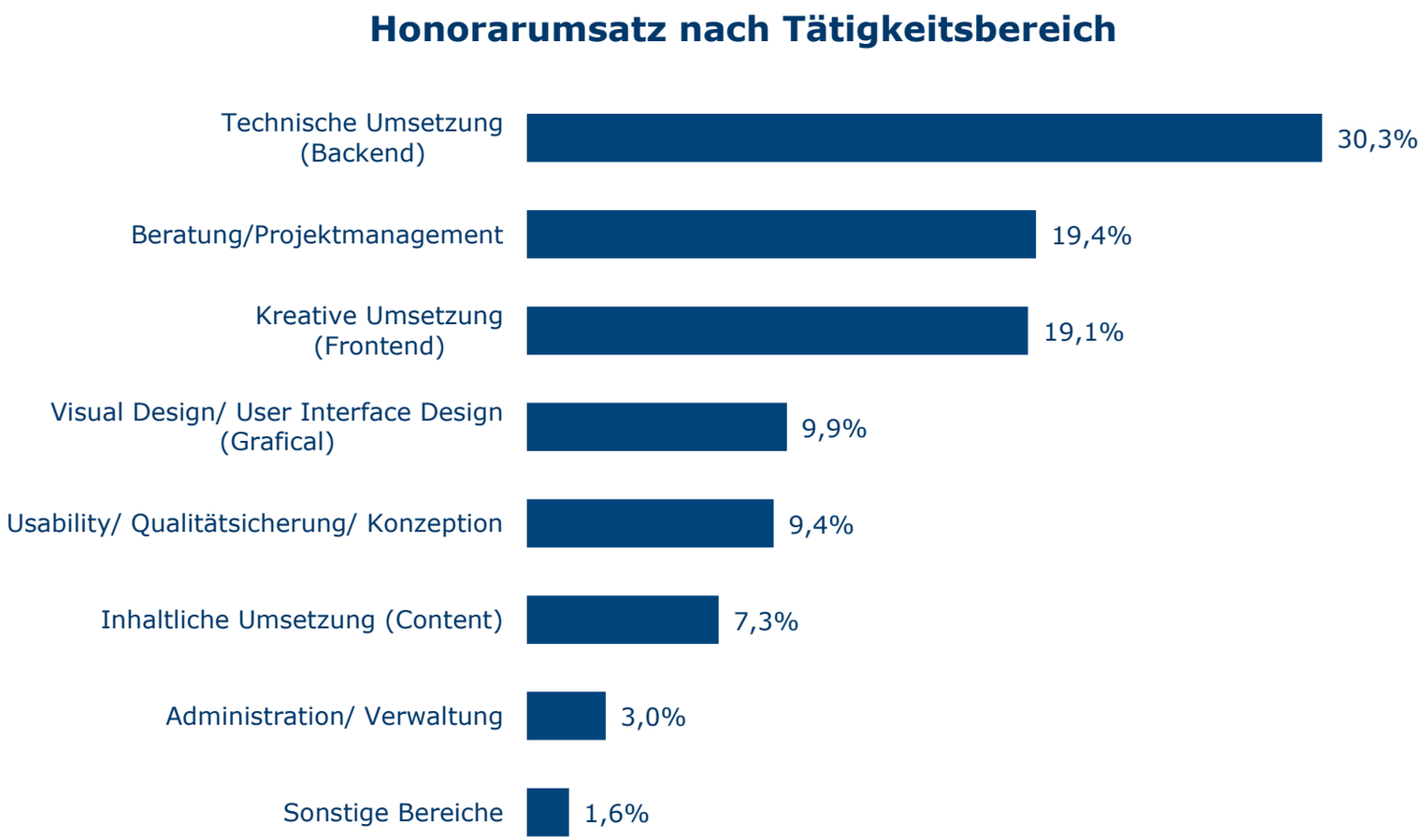
Internetagentur-Ranking – Expertenstimmen

Malte Hasse,

Stv. Vorsitzender des Fachkreis Full-Service-Digitalagenturen im BVDW und Geschäftsführer A&B One Digital GmbH:

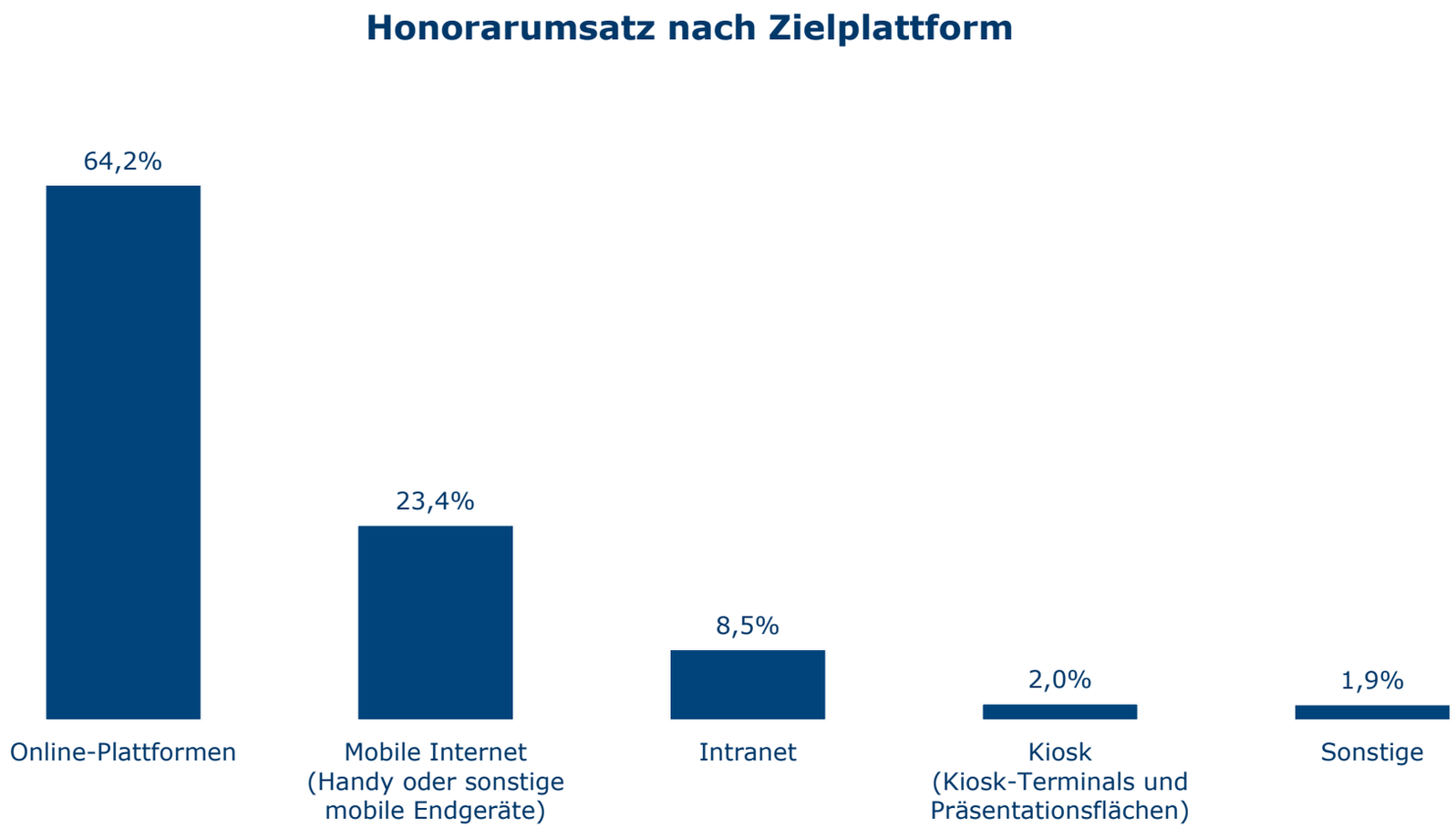
„Wearables sind noch ein neues Geschäftsfeld, das bis dato kaum ausschlaggebende Wirkung auf das Agenturbusiness entfaltet hat. Das liegt u.a. auch daran, dass die Anbieter noch Nachholbedarf in Sachen Nutzen und Zuverlässigkeit haben. Nur unter der Voraussetzung, dass Wearables hier aufholen, kann sich zukünftig ein Massenmarkt bei den Consumern entwickeln, welcher dann von der Innovationsfähigkeit der Digitalagenturen profitiert."

Den größten Umsatzanteil 2014 macht die technische Umsetzung aus, gefolgt von Beratung und Kreation.



Quelle: Internetagentur Ranking 2015; Basis n=231
Frage: „Wie sind die festangestellten Mitarbeiter (also ohne freie Mitarbeiter, Auszubildende und Praktikanten) auf die nachfolgend genannten Bereiche aufgeteilt?"

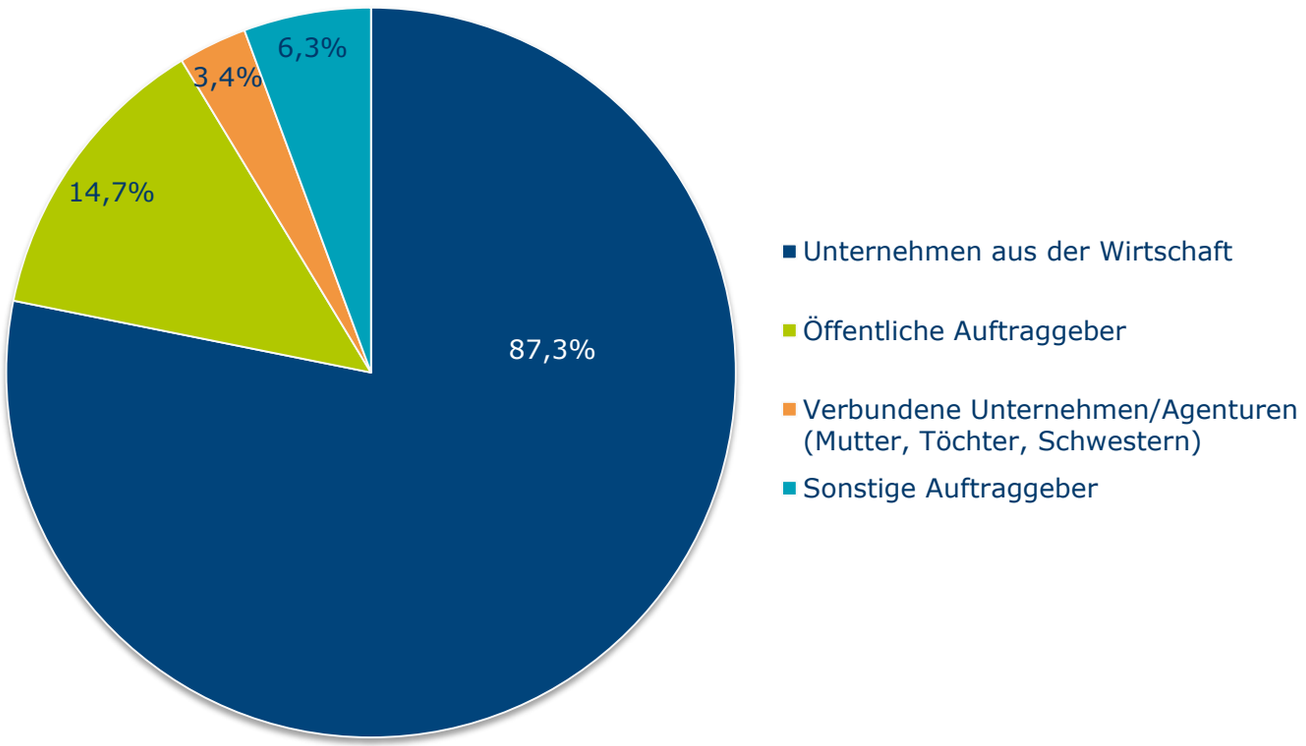
Online-Plattformen nehmen einen Anteil von zwei Dritteln ein



Quelle: Internetagentur Ranking 2015; Basis n=231; Frage: „Wie zeigt sich der Tätigkeitskatalog Ihrer Agentur in Bezug auf den Honorarumsatz: Bitte geben Sie an, wie sich der Honorarumsatz Ihrer Agentur auf die im Folgenden genannten Zielplattformen verteilt."

Mit 87 Prozent zählen Unternehmen aus der Wirtschaft zu den Hauptauftraggebern der Agenturbranche.

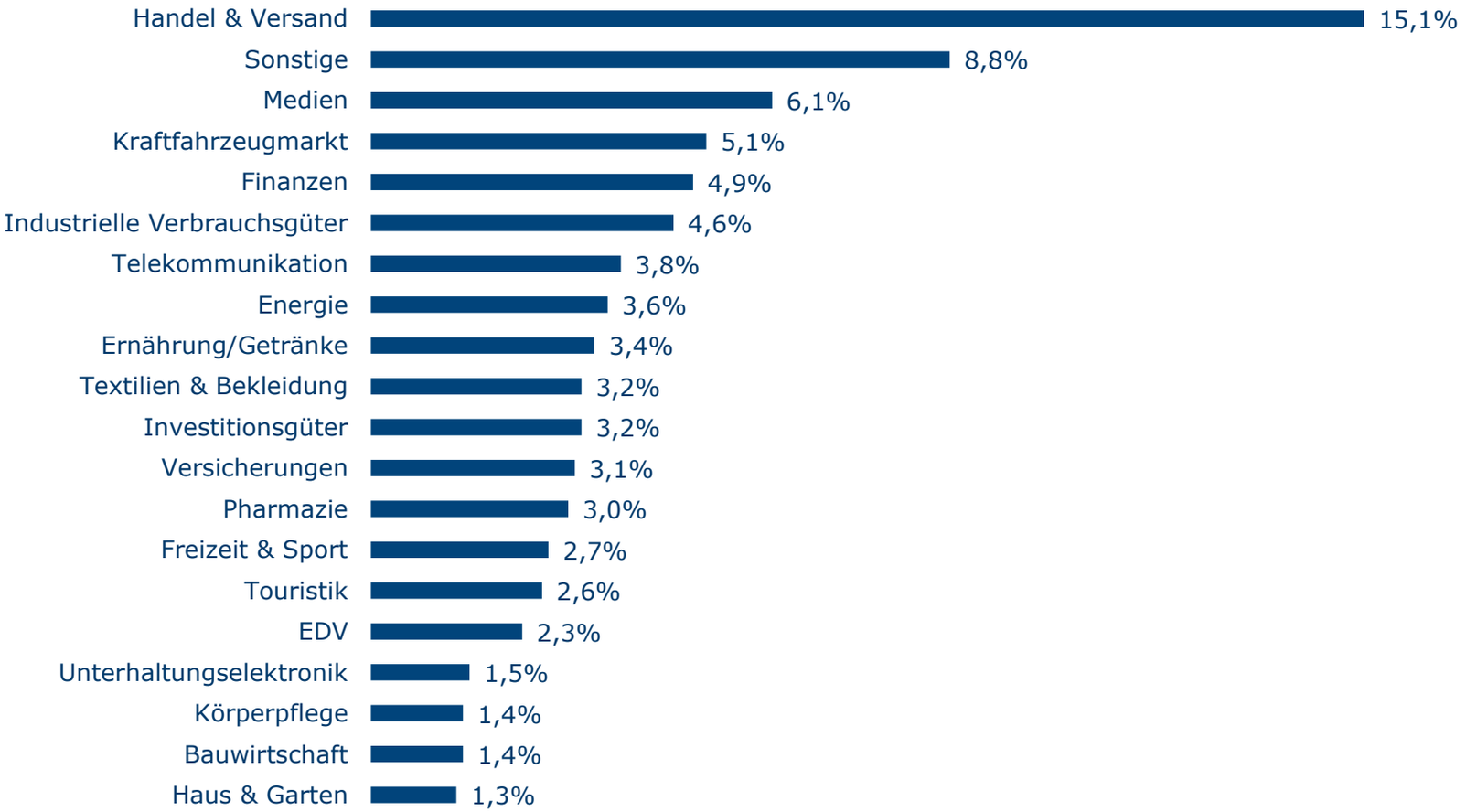
Anteil an Agenturen mit Auftraggebern nach Kategorien



Quelle: Internetagentur Ranking 2015; Basis n=231
Frage: „Welchen Anteil haben die nachfolgend genannten Kategorien von Auftraggebern am Umsatz Ihrer Agentur? Bitte geben Sie ein grobe Aufteilung in Prozent an."

15 Prozent aller Agenturen haben Unternehmen aus der Branche Handel und Versand als Auftraggeber.

Anteil an Agenturen mit Auftraggebern nach Branchen (Top 20)

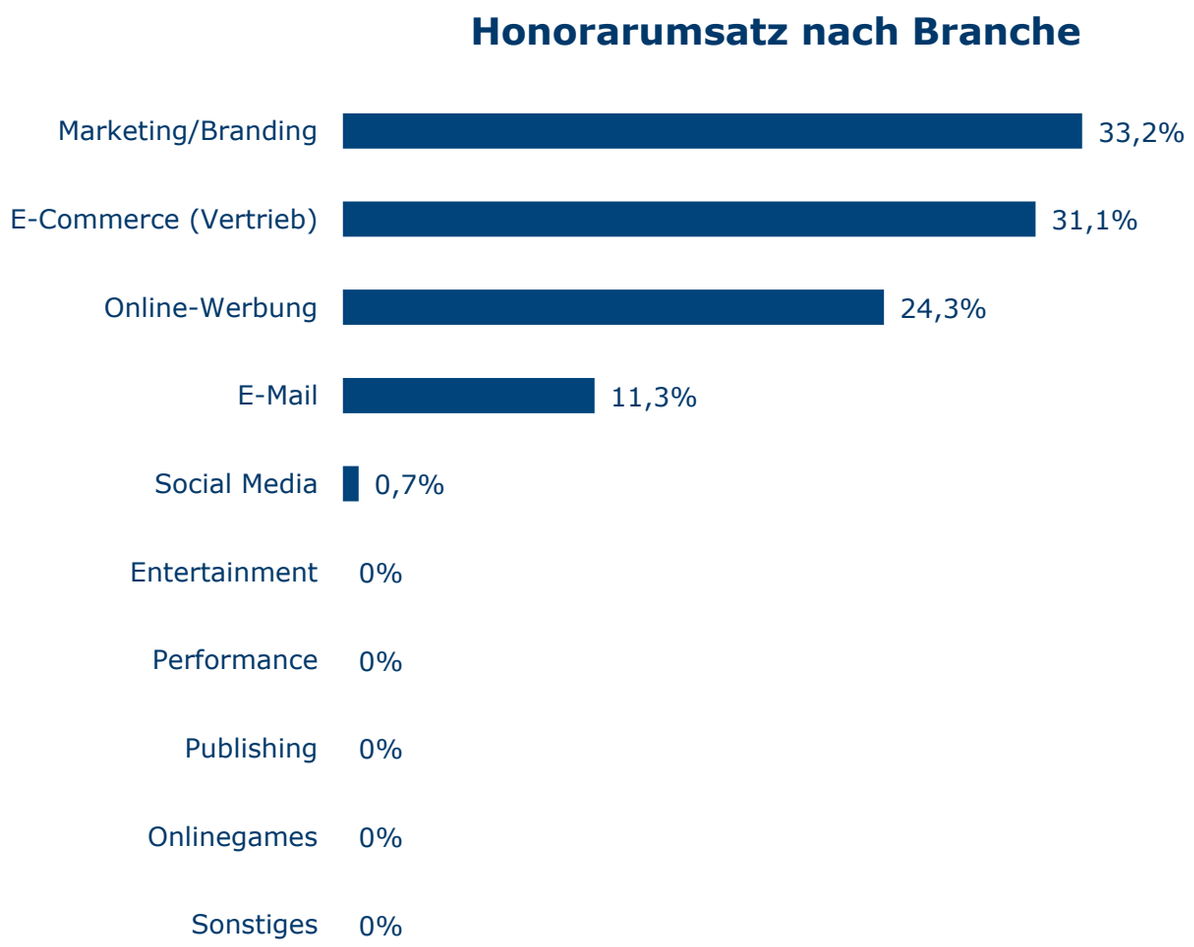


Quelle: Internetagentur Ranking 2015; Basis n=231
Frage: „Welchen Anteil haben die nachfolgend genannten Branchen von Auftraggebern am Umsatz Ihrer Agentur? Bitte geben Sie ein grobe Aufteilung in Prozent an."

FULL-SERVICE-
DIGITALAGENTUREN
FACHKREIS IM BVDW

BVDW
Wir sind das Netz

Marketing und E-Commerce sind die Treiber der Agenturumsätze.



Quelle: Internetagentur Ranking 2015; Basis n=231
Frage: „Bitte geben Sie an, wie sich der Honorarumsatz Ihrer Agentur auf die im Folgenden genannten Anwendungsbereiche verteilt."

Internetagentur-Ranking – Expertenstimmen

Anke Herbener,
Stv. Vorsitzender des Fachkreis Full-Service-Digitalagenturen im BVDW und CEO DigitasLBi AG:

„Wir sehen eine fortschreitende Fragmentierung und Spezialisierung, die Leistungen und Umsätze in Agenturen betreffend. Neue Services, etwa im Bereich der personalisierten Marketing-Automatisierung oder beim Einsatz von markeneigenen Inhalten in Echtzeit, erfordern den raschen Ausbau neuer Kompetenzfelder. Anders als beim Aufkommen von Social Media vor einigen Jahren ist die Erwartung auf Kundenseite heute allerdings, dass sowohl herkömmliche als auch neue, digitale Services aus einer Hand angeboten werden können.“

FOMA
FACHKREIS
ONLINE-MEDIAAGENTUREN
IM BVDW

BVDW
Wir sind das Netz

Johanna Jann
Projektmanagerin Marktforschung

BVDW e.V.
Berliner Allee 57
40212 Düsseldorf
Fon +49 211 600456 - 28
Fax +49 211 600456 - 33
jann@bvdw.org
www.bvdw.org

Jenny Schmitz
Projektmanagerin Digital Business

BVDW e.V.
Berliner Allee 57
40212 Düsseldorf
Fon +49 211 600456 - 38
Fax +49 211 600456 - 33
schmitz@bvdw.org
www.bvdw.org

© 2015 | Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.