

# Web-Agenturen im Rausch

**BOOM** Im Internet-Agentur-Ranking knacken die Teilnehmer erstmals die Milliardengrenze. Die meisten Player wachsen zweistellig, und mit Jung von Matt steigt ein Klassiker ein.

## MEHR AUF WUV.DE

Das Internet-Ranking 2014 online: [www.wuv.de/Internet-Ranking](http://www.wuv.de/Internet-Ranking)

11110. Im binären Code bedeutet diese Zahl den Wert 30. Sogar um etwas mehr als 30 Millionen Euro legten die Top-Ten-Digitalagenturen gemeinsam 2013 bei den Honorarumsätzen gegenüber dem Vorjahr zu. Dabei schafften es exakt dieselben zehn Unternehmen an die Spitze des Internet-Agentur-Rankings 2014, das der Bundesverband Digitale Wirtschaft zusammen mit W&V, *Hightext iBusiness* und *Horizont* erstellt. Auch wenn sich die Reihenfolge der Top Ten leicht verändert hat, es führen UDG, Plan.Net und Team Neusta. Um überhaupt zu den zehn größten Agenturen zu gehören, müssen die Dienstleister über 20 Millionen Euro Honorarvolumen umsetzen. Das zeigt den Erfolg der Branche.

Der Spitzenreiter UDG knackte sogar die 60-Millionen-Euro-Grenze (Vorjahr: 53,0 Millionen). Anfang des Jahres hat die Holding das Portfolio stark ausgedünnt und konzentriert sich fortan auf die Marke UDG. „Für die neue UDG war jeder bestehende Kunde ein Neukunde“, sagt Jessica Peppel-Schulz, CEO der Agentur-Holding. Hinzu kam tatsächliches Neugeschäft wie der Autobauer Bentley und der Gabelstaplerhersteller Jungheinrich. Mit dem Zuwachs um 13,6 Prozent setzt sich die Gruppe sogar weiter von den Verfolgern ab. Für zusätzliches Wachstum hat Peppel-Schulz bereits Zukäufe angekündigt. In den nächsten Wochen will sie die Akquisition vermelden. Das wird wieder Kritik entfachen: Im vergangenen Jahr hieß es, dass die Gruppe nur ein zusammenge-

kauftes Konstrukt darstelle. Doch das ficht die Agenturchefin nicht an: „Auch wir müssen am Ende eine exzellente Leistung abliefern, um zu überzeugen“, sagt Peppel-Schulz. Allein das zähle.

Auch die zweitplatzierte Plan.Net legte in diesem Jahr auch Dank eines Zukaufs um 11,3 Prozent auf 54,3 Millionen zu. Zwei Millionen der rund 5,5 Millionen Euro zusätzlicher Umsätze steuerte der Mobile-Experte 12snap zu. Doch das Wachstum kam laut Agenturchef Manfred Klaus aus dem ganzen Spektrum aus Strategie, Kreation, Media und Technologie.

Den Erfolg der Nummer drei, Team Neusta, führt Geschäftsführer Carsten Meyer-Heder auf die guten Standortbedingungen in Bremen zurück. 2013 grün-

dete Team Neusta zudem drei neue Gesellschaften. Der Lohn: ein Plus von 16,9 Prozent auf 41,5 Millionen Euro. 2014 setzt Team Neusta insbesondere auf das Thema E-Commerce im B-to-B-Bereich und Touristik-IT.

Auch bei Sinner-Schrader dominierten zufriedene Gesichter. „In den letzten zwölf Monaten haben wir über 35 neue Kunden gewonnen und unsere Prognosen für dieses Jahr massiv erhöht“, sagt Vorstand Matthias Schrader. Diese Entwicklung spiegelt sich in den Zahlen des Kalenderjahres nur in Teilen wieder. Der Agenturkernbereich E-Commerce wächst, relativ gesehen wächst aber Strategie und Kommunikation stärker.

Wegen des organischen Wachstums hegt Schrader keine „ausgeprägte Ambi-

## So wird die Top-50-Liste erhoben

Das Internet-Agentur-Ranking ist ein redaktioneller Beitrag zum wertungsfreien Ranking von Full-Service-Internet-Agenturen. Gelistet wird nach Honorarumsatz. Die beglaubigten Angaben stammen von den Unternehmen selbst. Zum Ranking zugelassen sind Full-Service-Internet-Agenturen. Neben einzelnen Agenturen auch Agenturgruppen. Die jeweiligen Tochteragenturen der Agenturgruppe finden keine gesonderte Berücksichtigung.



Wiethe Interaktiv ist laut Inhaber Markus Wiethe in den letzten vier Jahren um fast 400 Prozent gewachsen und hat 120 Mitarbeiter eingestellt. Der Lohn: Platz sieben im Ranking. Das Unternehmen profitiert vom E-Commerce-Boom und dem 4000 qm großen Fotostudio.

**AUFSTEIGER**

tion auf gekauftes Wachstum“. Dennoch glaubt er, dass sich weitere Zusammenschlüsse aus Agenturen wie die UDG oder zuletzt die Performance Interactive Alliance bilden. „Es gibt viel Private-Equity-Liquidität im Markt und deutsche Digitalagenturen sind im internationalen Vergleich eher unterbewertet“, analysiert Schrader. Die Versuchung sei groß, mit artifizialen Zusammenschlüssen Größe und Bewertungsaufschläge anzustreben.

### DMC: Das Minus dreht ins Plus

Wieder gefangen hat sich DMC. Im vergangenen Ranking hatten die Stuttgarter durch das Ende von Neckermann noch ein Minus ausgewiesen, um nun auf 25,4 Millionen Euro zu wachsen. Die Neckermann-Turbulenzen hat die Agentur genutzt, das Kundenportfolio neu zu strukturieren. Die Gruppe profitiert von der Fokussierung auf den Bereich des digitalen Handels mit der zunehmenden Verschmelzung der digitalen Touchpoints mit der realen Welt – „egal in welcher Branche, denn Nachholbedarf haben nach wie vor alle“, sagt Andreas Schwend, Mitgründer der DMC Digital Media Center.

Auch die Agentur Wiethe Interaktiv ist mit dem Thema E-Commerce zum Ranking-Aufsteiger geworden. Die Agentur erzielte 2013 rund 23,3 Millionen Euro an Honorarumsätzen. Ein Garant für das Wachstum war laut Markus Wiethe, CEO Wiethe Group, das breite Leistungsspektrum aus Foto, Film, Magazinerstellung bis hin zum Full-Service E-Commerce. Gerade die Bereiche Foto- und Shoppingmagazine haben ihre Umsätze um mehr als 50 Prozent gesteigert. 2013 hatte Wiethe die Top Ten des Internet-Agentur-Rankings geentert. Ob dies nochmals einen Schub in der Wahrnehmung der Agentur erbracht hat, kann Wiethe schwer einschätzen. Seit über 15 Jahren sei seine Firma in der Fashion-Branche zu Hause.

Auf Platz elf ist noch die Agentur Valtech mit einem Wachstum von 36,2 Prozent auf 20,6 Millionen Euro hervorzuhoben. Ein wichtiger Umsatztreiber der Valtech bleibt laut Geschäftsführer Ingo Kriescher der Bereich Digital Automotive mit Entwicklungen für internetbasierte Dienste im Automobil oder neuen digitalen Handelsplattformen.

Weiter auf Seite 24



## Die größten Internet-Agenturen 2014

Ranking

Rang	Vorjahr	Agentur	Honorarumsatz (in Mio.)	Veränderung Umsatz (%)	Mitarbeiter	Veränderung MA (%)	Pro-Kopf-Umsatz
1	1	UDG United Digital Group	60,22	13,6	590	2,1	102 062
2	2	Plan.Net-Gruppe	54,28	11,3	396	9,4	137 067
3	3	Team Neusta	41,47	16,9	442	22,1	93 827
4	4	Sinner-Schrader	38,13	7,9	387	3,8	98 534
5	6	DMC Digital Media Center	25,38	14,6	257	18,4	98 743
6	5	Hmmh Multimediahaus	23,31	-3,5	324	9,1	71 929
7	9	Wiethe Interaktiv	23,27	17,5	185	12,1	125 762
8	7	Szygy	23,16	10,1	213	7,6	108 742
9	8	Pilot Hamburg	22,43	8,9	170	7,6	131 949
10	10	jinit[	21,03	10	259	-3,7	81 176
11	13	Valtech	20,57	36,2	110	13,4	187 008
12	11	Aperto	20,35	7,8	212	0	96 009
13	-	Reply – Digital Experience	18,91	-	177	-	106 808
14	-	Razorfish	16,65	-	154	-	108 140
15	-	Jung von Matt	14,97	-	143	-	104 649
16	15	Ray Sono	14,75	10,6	106	12,8	139 166
17	16	Denkwerk	14,20	8,2	149	-2	95 321
18	12	Scholz & Volkmer	13,30	-18,9	167	4,4	79 641
19	18	Webguerillas	13,20	2,8	148	52,6	89 154
20	14	Arithnea	12,52	-10,3	114	2,7	109 841
21	-	EQS Group	12,50	-	69	-	181 206
22	-	Kircher-Burkhardt	12,42	-	90	-	137 988
23	22	TWT Interactive	11,47	12,5	150	33,9	76 447
24	19	Namics Deutschland	11,30	-8,6	133	17,7	84 995
25	20	Virtual Identity	11,10	0	103	5,1	107 732
26	23	DoubleSlash Net-Business	10,71	13,7	100	0	107 072
27	21	Ex.io	10,60	0	113	-5	93 805
28	-	Nexum	10,33	-	99	-	104 291
29	31	Nolte & Lauth	10,08	37,9	88	23,9	114 523
30	25	Saint Elmo's	9,11	10,6	108	24,1	84 318
31	28	Add2	8,97	15,9	60	22,4	149 562
32	32	Neuland Bremen	8,92	22,8	65	18,2	137 154
33	30	Neofonie	8,13	6,9	129	31,6	62 991
34	27	I22 Internetagentur	7,78	-0,1	74	5,7	105 121
35	34	Zeros + Ones	7,21	7,5	70	7,7	103 029
36	51	AOE	7,14	48,8	83	62,7	86 023
37	33	Das Büro am Draht	7,13	4,9	47	56,7	151 735
38	44	Achtung	6,95	30,1	104	4	66 827
39	26	Mediaworx Berlin	6,85	-12,8	72	-5,3	95 139
40	-	Seitenbau	6,80	-	98	-	69 388
41	40	21Torr	6,53	9,5	82	3,8	79 589
42	-	Delasocial	6,50	-	42	-	154 762
43	48	Mediaman Gesellschaft für Kommunikation	6,38	30,8	52	6,1	122 738
44	38	Reality Bytes Neue Medien	6,10	0	60	0	101 667
45	45	People Interactive	5,98	15,1	60	9,1	99 717
46	-	Synergetic Agency	5,97	-	63	-	94 824
47	35	Netpioneer	5,95	-8,1	64	-20	92 906
48	43	Wunder Media	5,94	10,3	57	9,6	104 209
49	50	Ressourcenmangel	5,75	19,9	82	26,2	70 159
50	49	Btexp	5,62	18,2	49	16,7	114 646

Quelle: Internet-Agentur-Ranking 2014, in Zusammenarbeit von Bundesverband Digitale Wirtschaft, Hightext iBusiness, Werben & Verkaufen und Horizont.

© W&V

Hmmh meldet als einzige der Top-Ten-Agenturen ein – wenn auch geringes – Minus von drei Prozent. Für den Rückgang macht Vorstand Stefan Messerknecht das Wachstum der letzten Jahre sowie die Insolvenz des Großkunden Praktiker und massives Insourcing bei Otto und Tchibo verantwortlich.



**ABSTEIGER**



**EINSTEIGER**

Jung von Matt landet auf dem bemerkenswerten 15. Platz. Laut JvM-CEO Peter Figge ist die Meldung im Ranking ein Zeichen an die Branche. Alle digitalen Bereiche der Agenturarbeit legen zu, vor allem Servicedesign-Aufgaben sowie die Verzahnung klassischer und digitaler Kampagnenelemente.

## Online – Social Media – Mobile

Die Unterkategorien sorgen für Transparenz.

### Paradedisziplin von Jung von Matt

Honorarumsätze in der Kategorie Online-/Digitales Marketing

Platz	Rang	Agentur	Honorarumsatz	Prozentanteil
1	1	UDG United Digital Group	19269246	32
2	8	Syzygy	13897200	60
3	14	Razorfish	10158667	61
4	20	Arithnea	10017526	80
5	15	Jung von Matt	9727143	65
6	11	Valtech	8228366	40

### Webguerillas sind soziale Top-Player

Honorarumsätze in der Kategorie Social Media

Platz	Rang	Agentur	Honorarumsatz	Prozentanteil
1	19	Webguerillas	5277920	40
2	42	Delasocial	5200000	80
3	28	Nexum	3613668	35
4	38	Achtung	2780000	40
5	69	Lingner.com	2160000	60
6	52	Antwerpes	1688260	31

### Sinner-Schrader zeigt sich als mobile Macht

Honorarumsätze in der Kategorie Mobile

Platz	Rang	Agentur	Honorarumsatz	Prozentanteil
1	4	Sinner-Schrader	11439750	30
2	6	Hmmh Multimediahaus	6991500	30
3	17	Denkwerk	5681113	40
4	15	Jung von Matt	5237692	35
5	56	Kupferwerk	5200000	100
6	23	TWT Interactive	4586845	40

Honorarumsatz in €; Quelle: Internet-Agentur-Ranking 2014.



Doch es gibt auch Absteiger. Der prominenteste Vertreter ist Hmmh. Nach Jahren starken Wachstums stehen laut Hmmh-Chef Stefan Messerknecht die Zeichen jetzt auf Wandel und die Neuausrichtung der Agentur. „In 2013 waren deutliche Umsatzrückgänge beim Großkunden Praktiker durch Insolvenz sowie durch massives Insourcing der langjährigen Hmmh-Großkunden Otto Group und Tchibo zu verzeichnen“, sagt Messerknecht. Auch die namhafte Agentur Scholz und Volkmer rutscht im Ranking von Platz zwölf auf 18 ab. Doch Peter Post zeigt sich gelassen und verweist auf das Prinzip „Qualität vor Quantität“.

Einige prominente Agenturen fehlen jedoch auch im Ranking. Unter anderem Kolle Rebbe, die im letzten Jahr noch mit 8,8 Millionen Euro auf Platz 24 landete. Das Ranking sei für die Agentur nicht mehr relevant, lassen die Hamburger verlauten. Aus Akquise-Sicht überzeugen echte Cases mehr als das Umsatzvolumen dahinter. Erst recht, wenn man auf Rang 30 landet. Agenturgründer Stefan Kolle: „Bereits über 70 Prozent unserer Kunden betreuen wir klassisch und digital. Das Silo-Denken ist aus unserer Sicht längst überholt. Genauso übrigens wie das Aufstellen verschiedener Umsatz-Rankings.“

Ablehnung kommt auch von Seiten des Internet-Veteran Pixelpark. Die Bezeichnung Internet-Agentur bilde alleine nicht mehr das ab, was die Gruppe im Markt anbiete. Zudem liegen die offiziell-

len Zahlen des Jahresabschlusses 2013 noch nicht vor, die sie als börsennotierte Aktiengesellschaft abwarten müssten.

Die ebenfalls nicht teilnehmende Agentur Sapient Nitro will dagegen im nächsten Jahr mitmachen. Nicht nur, weil Agenturgeschäftsführer Wolf-Ingomar Faecks mittlerweile als Präsident des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen (GWA) fungiert, sondern weil das Ranking als wichtiges Orientierungs- und Informationsinstrument diene. Es zeigt das Wachstum einer Agentur und die Entwicklung und Dynamik des Marktes.

### Ein Signal an die Branche

Die Attraktivität des Rankings spiegelt sich auch in der Meldung von Jung von Matt wider. Die Gruppe nahm 2013 mit ihren digitalen Honorarumsätzen rund 15 Millionen Euro ein und landet auf Anhieb auf Platz 15. Die Teilnahme an diesem Ranking sei ein wichtiges Signal an die Digitalwirtschaft und die Werbebranche gleichermaßen, erklärt JvM-CEO Peter Figge. Neben dem Spezialisten JvM/Next leisten auch die anderen Töchter ihren Beitrag zum digitalen Business.

Und noch eine Entwicklung ist spektakulär: In der letztjährigen Liste wiesen 218 Internet-Agenturen über 926 Millionen Euro Umsatz aus. Die Meldungen der 217 teilnehmenden Agenturen in diesem Jahr überschreiten mit 1,05 Milliarden Euro erstmals die Milliardengrenze.

**Kay Städele** | kay.staedele@wuv.de