



Erfolgreicheres Shopmarketing 2018
Die richtige Marketing-Strategie entscheidet bei Online-Shops über Umsätze und Existenz: die virtuelle Konferenz bietet den Teilnehmern klare Orientierung, aktuelle Tipps und bewährte Methodiken.
Komplettes Programm der Virtuellen Konferenz



Agentur-Honorare in Deutschland
Der iBusiness Honorarleitfaden ist das Standardwerk für Auftraggeber und Agenturen. Er listet auf 200 Seiten detailliert die bezahlten Preise für sämtliche 87 interaktiven Gewerke. Hier kaufen

Internetagentur-Ranking 2018: Starke Veränderungen wirbeln IAR durcheinander

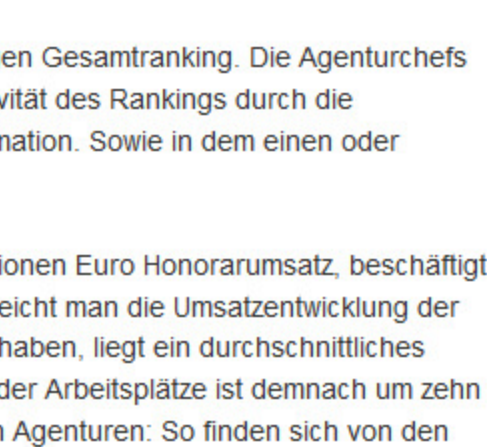
23.04.18 Es sind mehr Full-Service-Agenturen aus dem Internetagentur-Ranking ausgeschieden, als neu hinzugestoßen sind. Besonders starke Veränderungen gibt es im oberen Teil des Rankings.



Bild: HighText Verlag

Weiterleiten Artikel merken

Die aktuell 180 gelisteten deutschen Full-Service-Internetagenturen haben im vergangenen Jahr 2017 mit exakt 15.202 fest angestellten Mitarbeitern zusammen 1,59 Milliarden Euro Honorarumsatz erwirtschaftet (Drittkosten und Umsätze, die keine Interaktiv-Honorare sind - beispielsweise IT-Beratung - werden herausgerechnet). Das ist nominell sowohl bei der Gesamtmitarbeiterzahl als auch beim Gesamtumsatz jeweils ein Rückgang zum vergangenen Ranking. Hintergrund: Im Vorjahr hatte das Internetagentur-Ranking (IAR) noch 200 Agenturen gelistet. Kalkuliert man die am IAR dieses Jahr nicht mehr teilnehmenden Agenturen mit ihren hochgerechnet 400 Millionen Euro Jahresumsatz hinzu, dann beträgt der interaktive Top-200-Dienstleistungsumsatz in Deutschland immerhin knapp zwei Milliarden Euro.



Allein aus der Top Ten des Vorjahrs fehlen drei Agenturen im diesjährigen Gesamtranking. Die Agenturchefs begründen die diesjährige Abstinenz mit einem Nachlassen der Attraktivität des Rankings durch die wachsende Bedeutung von Consulting - vor allem für Digitale Transformation. Sowie in dem einen oder anderen Fall mit den eigenen unbefriedigenden Umsatzzahlen.

Die durchschnittlich im Ranking gelistete Internetagentur macht 8,8 Millionen Euro Honorarumsatz, beschäftigt 85 Mitarbeiter und hat einen Pro-Kopf-Umsatz von 104.400 Euro. Vergleicht man die Umsatzentwicklung der Agenturen, die sowohl im vergangenen Jahr als auch aktuell gemeldet haben, liegt ein durchschnittliches Wachstum von sehr guten zwölf Prozent im Agenturmarkt vor. Die Zahl der Arbeitsplätze ist demnach um zehn Prozent gewachsen. Allerdings wachen in erster Linie die ganz großen Agenturen: So finden sich von den schnellstwachsenden Agenturen ab 2,5 Millionen Euro Umsatz vier allein unter den zehn Top-Agenturen. Mit insgesamt 690 Millionen Euro haben die Top Ten gut 43 Prozent des gesamten Ranking-Umsatzes erwirtschaftet. Bereinigt um die Dickschiffe der Top Ten setzt die deutsche Digitalagentur mit 58 Mitarbeitern 5,5 Millionen Euro um.

Top 10 der umsatzstärksten Agenturen: Team Neusta führt erstmals das Ranking

Rang	Agentur	Honorarumsatz in Millionen Euro
1 (3)	team neusta	104,00
2 (2)	Plan.Net Gruppe	96,463
3 (4)	Reply-Digital Experience	86,013
4 (10)	diva-e Digital Value Enterprise	66,846
5 (6)	PIA	66,075
6 (9)	SinnerSchrader Aktiengesellschaft	57,830
7 (7)	Diconium GmbH	57,759
8 (13)	Valtech	57,588
9 (11)	mgm technology partners	49,914
10 (12)	C3 - Creative Code and Content	47,520

Das vollständige Ranking: Alle Plätze, alle Details

Die größte Full-Service-Internetagentur in Deutschland ist Team Neusta. Als einzige der gerankten Agenturen erwirtschafteten die Bremer mit 104 Millionen Euro einen dreistelligen Honorarumsatz. Das starke Umsatzplus (23,8 Prozent) der Agentur sei größtenteils auf organisches Wachstum zurückzuführen: "Zwei neue Tochterunternehmen tragen zum Wachstum bei, doch der Großteil des Umsatzplus ist Wachstum über Bestandskunden", freut sich Carsten Meyer-Heder, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter Team Neusta. Alter und neuer Zweitplatzierte ist mit einem Honorarumsatz von 96,5 Millionen Euro die Plan.Net-Gruppe vor Reply - Digital Experience mit 86 Millionen Euro. Sechs Plätze gutgemacht und nun auf Rang vier folgt Diva-e (66,8 Millionen Euro); knapp dahinter die Performance Interactive Alliance PIA (66 Millionen Euro). SinnerSchrader (57,83 Millionen Euro), Diconium (57,75 Millionen Euro) und Valtech (57,58 Millionen Euro) liefern sich ein Kopf-an-Kopf-Rennen und folgen auf den weiteren Rängen. Platz neun geht an mgm Technology Partners (49,9 Millionen Euro) vor C3 Creative Code and Content (47,5 Millionen Euro).

Unter den zehn deutschen umsatzstärksten Digitalagenturen wuchs Valtech am stärksten: Mit einem Plus von 39,5 Prozent machte der Top-Ten-Neueinsteiger einen Sprung von Rang 13 auf Rang acht. "Der digitale Wandel treibt weiterhin unser Geschäft, vor allem die Segmente Business Transformation und agiles Consulting werden stark nachgefragt", verrät Geschäftsführer Uwe Tüben gegenüber iBusiness. Organisch um 20 Prozent konnte Valtech 2017 so wachsen. Weiteres Wachstum erzielte die Münchener durch "die Übernahme von people interactive beziehungsweise die Ausweitung unseres Portfolios im Bereich UX."

Diese Agenturen wachsen am stärksten

Ebenfalls stark gewachsen sind Diva-e und Reply, die beim Honorarumsatz 28,5 beziehungsweise 23,7 Prozent zulegen konnten. Bei Diva-e trugen ebenfalls mehrere Faktoren zum Umsatzwachstum bei: "An erster Stelle ist das starke Bestandskundengeschäft zu nennen, das sogar deutlich über dem ambitionierten Plan lag", verargumiert CEO Axel Jahn. Zweite tragende Komponente des Wachstums sei das starke Neukundengeschäft in 2017 gewesen. Ergänzt wurde das Wachstum laut Jahn "durch punktuelle Zukäufe".

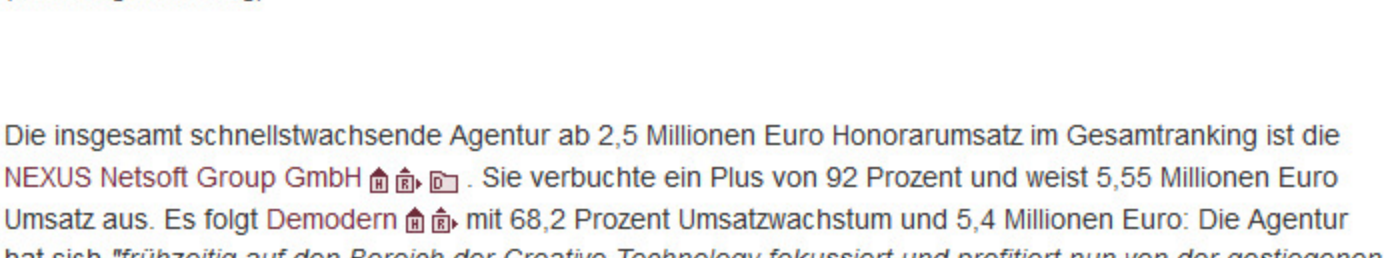
Um in den Top 10 gelistet zu werden, sind in diesem Jahr mindestens 47 Millionen Euro Umsatz notwendig. Zum Vergleich: Vor zwei Jahren reichte hierfür nur ein Umsatz von 34 Millionen Euro. Ordentlich Bewegung findet sich auch bei den Rankingplätzen 11 bis 50. Insgesamt 35 Agenturen konnten in dieser Klasse ihre Platzierung verbessern. Neu eingestiegen sind Arithnea (Platz 19), Futurice (Platz 38) und Provision (Platz 42). Den größten Sprung in der Top 50 und damit um 17 Plätze aufgestiegen, nämlich von Platz 46 auf Platz 29, machte die Elbkind GmbH. Mit 11,6 Millionen Euro Honorarumsatz legte die Digitalagentur um satte 49,5 Prozentpunkte im vergangenen Jahr zu. Grund für den Erfolg ist zum einen das Bestandskundengeschäft, "bei dem wir einige Etats weiter ausbauen und teilweise auch internationalisieren konnten. Zudem konnten wir auch im letzten Jahr weitere spannende neue Etats in unser Portfolio aufnehmen", verrät die Agentur.

Bild: HighText Verlag

iBusiness-Poster Internetagentur-Ranking 2018

Honorarumsatz von knapp 15 Millionen Euro verbessern sich die Thüringer um elf Plätze und rutschen auf Rang 27 vor. Auch hier ist besonders erfreulich: "Seit unserer Gründung 2006 sind wir mit unseren Projekten organisch und aus eigener Kraft gewachsen", berichtet Agentur-Geschäftsführer Christian Grötsch. So konnte dotSource in den vergangenen drei Jahren ihre Mitarbeiterzahl von 100 auf über 200 Mitarbeiter mehr als verdoppeln. Mit einem Plus von 54,9 Prozent (8,2 Millionen Euro) legt die superReal GmbH das größte Umsatzwachstum in der Top 50 vor. Damit verbesserte sich die Internetagentur um 16 Plätze auf Rang 39. "Ende 2016 haben wir intensiv an unserer Organisation gearbeitet, und die eh schon klare Positionierung weiter entwickelt, in dem Zuge unsere Strategie- und Beratungskompetenz ausgebaut und technologisch auf neue Plattformen gesetzt", begründet Geschäftsführer Volker Will den Agenturfolg.

Internetagentur-Ranking 2018: Umsatzentwicklung +/- 1,5 Prozent über dem durchschnittlichen Agenturwachstum (12%)



Quelle + Grafik: HighText Verlag

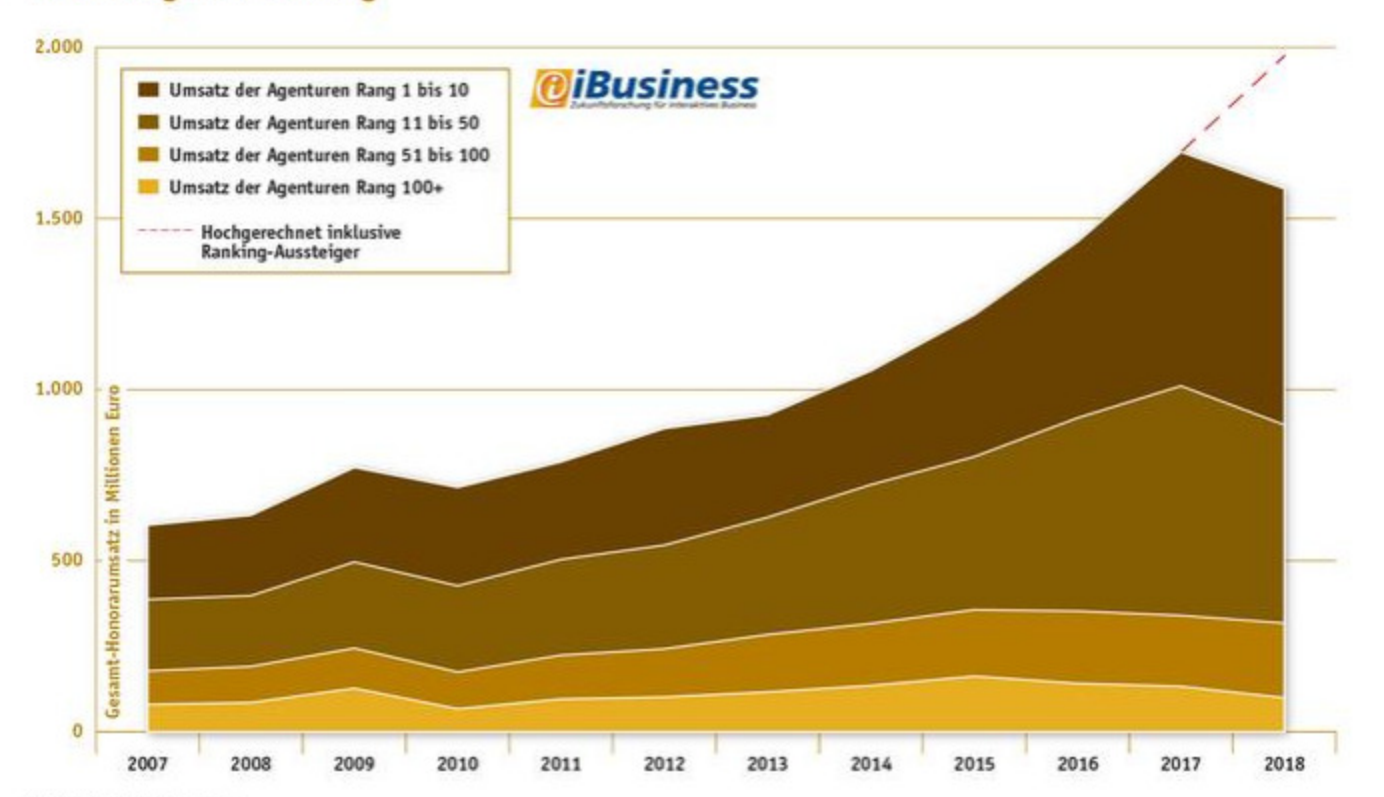
Bei den Internetagenturen zwischen Platz 11 bis 50 gibt es besonders viele, die weniger als der Branchendurchschnitt wachsen. (Grafik: HighText Verlag)

Die insgesamt schnellstwachsende Agentur ab 2,5 Millionen Euro Honorarumsatz im Gesamtranking ist die NEXUS Netsoft Group GmbH. Sie verbuchte ein Plus von 92 Prozent und weist 5,55 Millionen Euro Umsatz aus. Es folgt Demodem mit 68,2 Prozent Umsatzwachstum und 5,4 Millionen Euro: Die Agentur hat sich "frühzeitig auf den Bereich der Creative Technology fokussiert und bietet nun von der leistungsfähigen Nachfrage für VR/AR und Realtime 3D wie WebGL. Hier gibt es nicht viele Anbieter, die das liefern können, was wir liefern. Hinzu kommt, dass unsere Projekte auch international wahrgenommen werden. Das Geschäft, was wir auf dem amerikanischen Kontinent realisiert haben, ist durch weitere Neukunden gestiegen", sagt Agentur-Inhaber Kristian Kerckhoff. Bei den Agenturen unter 2,5 Millionen Euro Honorarumsatz legte die Webworker United GmbH mit 76,7 Prozent (0,9 Millionen Euro) am kräftigsten zu. Die positive Bilanz begründet Geschäftsführer Volker Rill damit, dass die Augsburger Agentur in 2017 einen weiteren Standort eröffnet hat: "In Kempten konnten wir ein vielversprechendes Netzwerk aufbauen, neue Kunden ansprechen und unser Team um wertvolle Mitarbeiter erweitern." Zum anderen wurde der bisherige Agenturschwerpunkt "Programmierung" um einschlägige Screen-Design- und Onlinemarketing-Leistungen ergänzt. Durch die Ausrichtung konnte die Agentur "skalierbare Produkte generieren, die auch für weitere Kunden relevant sind und eine hohe Nachfrage genießen."

Pro-Kopf-Umsatz: Entwicklung relativ stabil

Insgesamt mussten sich in der Top 50 nur zwei Agenturen mit einer schlechteren Position als in der vergangenen Erhebung zufriedengeben. Allerdings konnte mehr als jede zweite Top-50-Agentur nicht mit dem Branchenwachstum um die 12 Prozent mithalten. Etwas besser sieht es bei der Betrachtung der Top-100-Agenturen aus: 45 Prozent der gelisteten Digitaldienstleister liegen unter dem Marktwachstum, während 37 Prozent überperformen. Relativ erfreulich ist die Entwicklung des durchschnittlichen Pro-Kopf-Umsatzes bei den Top-Agenturen. Er liegt mit 104.400 Euro zwar leicht unter dem Vorjahr (106.830 Euro), aber deutlich über dem Wert vor zwei Jahren mit 89.161 Euro. Deutlich über dem Ranking-Durchschnitt schneidet der Pro-Kopf-Umsatz in den Top 10 ab. Hier setzt jeder Mitarbeiter über 127.000 Euro um. Das sind etwa 1,5 Prozent mehr als in der Vorjahreserhebung (125.280 Euro). Mit knapp 174.000 Euro pro Mitarbeiter hebt sich Valtech auffallend hoch von den anderen Agenturen der Top 10 und dem gesamten Ranking ab. Sichtlich unter dem Schnitt des Pro-Kopf-Umsatzes der zehn Top-Agenturen bewegt sich C3 Creative Code and Content mit gut 98.3000 Euro, die damit auch unter dem generellen Branchendurchschnitt liegen. Die Top 50 kann sich noch sehen lassen. Dort werden pro Mitarbeiter durchschnittlich 116.260 Euro erwirtschaftet.

2007 bis 2018 - Entwicklung des Honorarumsatzes und der Anteil nach Agentur-Clustern im Internetagentur - Ranking



Quelle + Grafik: HighText Verlag

Knapp 1,59 Milliarden Euro haben die 180 gelisteten Agenturen umgesetzt. Rechnet man die Umsätze der Agenturen hinzu, die dieses Jahr nicht am IAR teilnehmen, würde der kumulierte Umsatz der Top-200 Interaktiv-Dienstleister bei knapp zwei Milliarden Euro liegen (gestrichelte Linie). (Grafik: HighText Verlag)

Wachstumstreiber der Branche bleiben die klassischen Segmente E-Commerce und Onlinemarketing und das Plattformgeschäft. Stark angezogen hat die Sparte Business Transformation, die mittlerweile das Plattformgeschäft überholt hat und nur noch knapp hinter den Umsätzen aus dem Onlinemarketing-Geschäft liegt. In allen Disziplinen dominieren die Branchenchampions die aktuellen Subrankings, allerdings haben sich die Agenturen häufig auch auf diese Segmente spezialisiert. So liegt der Umsatzanteil zumindest beim Geschäft um die Onlineplattformen und den Onlinhandel gemessen am gesamten Honorarumsatz in den Top 20 der Subrankings, bis auf wenige Ausreißer, zwischen 50 und 100 Prozent.

Internetagentur-Ranking deckt kompletten Markt bei Weitem nicht ab

Bei dem Ranking ist zu beachten, dass es bei Weitem nicht die komplette Internet-Dienstleistungsbranche abdeckt. Agenturen und IT-Häuser, deren Umsatz weniger als 60 Prozent des Honorarumsatzes mit Internet-Agenturen erbringen, fehlen. Ebenso werden interaktivdienstleister nicht gelistet, die keinen Full Service anbieten: SEO-Dienstleister oder Performance-Agenturen beispielsweise. Spezialisierte E-Learning-Dienstleister finden sich in den aktuellen Spezifikationen des Rankings längst nicht mehr wieder. Zusätzlich können die globalen Netzwerkagenturen nicht berücksichtigt werden, die aufgrund des Sarbanes-Oxley Act lokale Teilmärkte nicht melden wollen.

Außerdem fehlen in diesem Jahr beispielsweise Top-Agenturen wie die UDG (Vorjahr Platz 5/ 66 Millionen Euro Umsatz) und Publicis Pixelpark (Vorjahr Platz 8/ 55 Millionen Euro Umsatz) sowie der Erstplatzierte des vergangenen Jahres SapientRazorfish (90,6 Millionen Euro). In der Regel gibt es drei Gründe, weswegen eine Digitalagentur den kritischen Blick der Branchengemeinschaft durch ein Ranking vermeidet: Entweder sind die Zahlen schlecht, man ist an Großkunden gebunden oder ist stark regional ausgerichtet.

SapientRazorfish beispielsweise hat sich "generell dagegen entschieden, an Agentur-nahen Rankings teilzunehmen", sagt Wolf Ingomar Faacks, Geschäftsführer bei Publicis Sapient EMEA/APAC. "Dies ist eine Entscheidung, die wir als Publicis Sapient global getroffen haben. Sie betrifft damit auch das BVDW Internetagentur-Ranking, das wir letztes Jahr noch angeführt haben. Viele der abgefragten Geschäftsbereiche sind für uns nicht mehr relevant und die Konkurrenz, in der wir aufgestellt würden, entspricht immer weniger unserer realen Marktkonkurrenz. Dem erfüllt das Ranking in unserem Fall auch das "Vergleichshilfe für Kunden"-Argument nicht mehr. Die strategische Positionierung von Sapient als Digital Business Transformation Partner im Publicis Gesamtverbund ist keine Agentur-only Positionierung (war sie aber noch nie), sondern vielmehr eine hybride Kombination von Consulting, Technologie und Kreativ-Services, die wir in den Agentur-nahen Rankings so nicht repräsentiert sehen."

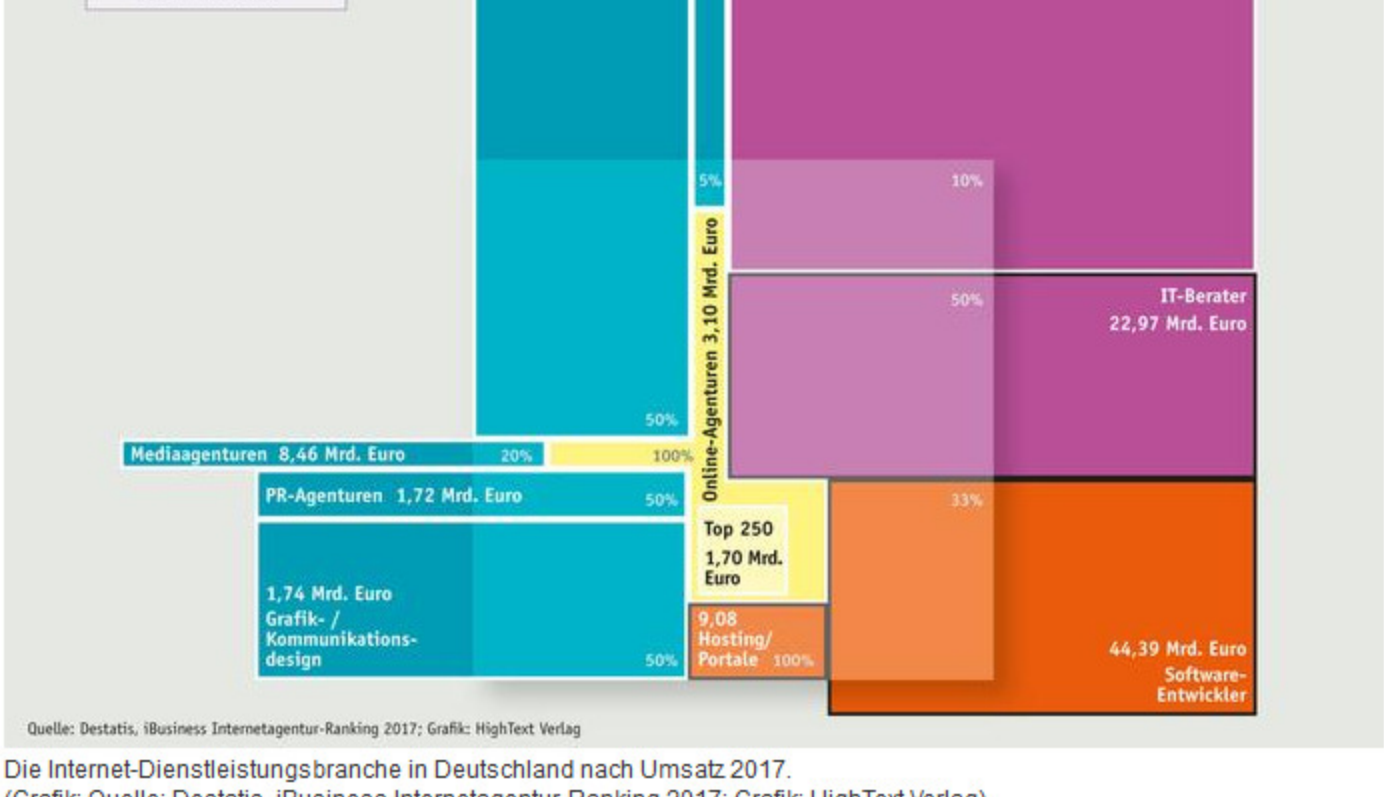
Die UDG wiederum nimmt nicht mehr am Ranking teil, da dies nicht der Agentur-Maßstab sein dürfte: "Das können nur zufriedene Kunden sein. Die Top-Platzierung der UDG der vergangenen Jahre ist nicht aus dem gemeinsamen und erfolgreichen Wirtschaften einer Organisation, sondern durch den Zusammenschluss von elf Agenturen entstanden. Ein kumulierter Honorarumsatz, der von heute auf morgen Rang eins bedeutete. Es entstand ein Bild, das nicht von der Realität widerspiegelt wurde. Natürlich hat es uns bei der Wahrnehmung der Marke, dem Bekanntheitsgrad in den Anfängen sehr geholfen", argumentiert Marcus H. Starke, CEO UDG United Digital Group. Pixelpark macht "eine Pause in allen Rankings. Zum anderen stellen wir das Ranking an sich in seiner Aussagekraft in Frage. Eine Entscheidung über eine Teilnahme im nächsten Jahr ist bisher nicht gefallen", so Dirk Kedrowsky, CEO Publicis Pixelpark.

Für Marketing- oder Digitalverantwortliche heißt das: Will man mit einer Digitalagentur zusammenarbeiten sollte man deren Kunden recherchieren. Wer eine überwiegend regional aktive, kleinere Agentur sucht, braucht bei Ranking-Abstinenz nicht misstrauisch zu werden. Bei den anderen sollte man hingegen genauer hinsehen.

Auf insgesamt 52,6 Milliarden Euro hat iBusiness den interaktiven Dienstleistungsumsatz in Deutschland 2017 hochgerechnet (Analyse: Studie Digitaldienstleister in Deutschland: Agenturen, Umsatz, Marktvolumen). Zusammen mit den 966 Milliarden B2B-Commerce, den iBusiness für 2017 ermittelt hat und den 58,5 Milliarden B2C-E-Commerce-Umsatz des BEVH kommt man damit auf einen gesamten Interaktiv-Umsatz in Deutschland von 1.077,1 Milliarden Euro.

Das jährlich vom BVDW, iBusiness sowie den Werbefachzeitschriften Horizont und W&V erhobene Internetagentur-Ranking gilt seit Erstveröffentlichung 2001 als wichtiger Benchmark für die Digitale Wirtschaft. Denn die Platzierungen im Ranking sowie die ermittelten Zahlen zu Umsatz- und Mitarbeiterwachstum sowie Pro-Kopf-Umsatz helfen Unternehmen mit, eine Vorauswahl für Agenturen zu treffen, die man beispielsweise zu einem Pitch einladen will.

Umsatz: Die Internet-Dienstleistungsbranche in Deutschland 2017



Quelle: Destatis, iBusiness Internetagentur-Ranking 2017; Grafik: HighText Verlag

Die Internet-Dienstleistungsbranche in Deutschland nach Umsatz 2017. (Grafik: Quelle: Destatis, iBusiness Internetagentur-Ranking 2017; Grafik: HighText Verlag)

(Autor: Susan Rönisch)