Das sind die größten e-Commerce-Agenturen in Deutschland

Das Internetagentur-Ranking gilt als das Branchenbarometer der interaktiven Wirtschaft. Dabei werden in einer Sonderauswertung die auf e-Commerce spezialisierten Agenturen gesondert betrachtet und eine Rangliste der umsatzstärksten Agenturen und Dienstleister in diesem Segment erstellt.

Hier geht es zu Ranking. Unter der Schirmherrschaft Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) veröffentlichen der Branchendienst iBusiness sowie die Fachblätter Werben & Verkaufen und Horizont jährlich das Ranking der größten Internetagenturen in Deutschland. Basis für das Ranking der e-Commerce-Agenturen ist nur der Umsatz, den ein Unternehmen mit Dienstleistungen für Online-Händler erbringt.

Bei den e-Commerce-Agenturen ergibt sich in diesem Jahr unter den Top 10 folgendes Bild:

dmc digital media center GmbH
Umsatz: 19,14 Mio. Euro
Mitarbeiter: 230
hmmh multimediahaus AG
Umsatz: 16,85 Mio. Euro
Mitarbeiter: 236
SinnerSchrader AG
Umsatz: 13,14 Mio. Euro
Mitarbeiter: 297
Wiethe Interaktiv
Umsatz: 9,88 Mio. Euro
Mitarbeiter: 90
Neue Digitale/Razorfish
Umsatz: 9,13 Mio. Euro
Mitarbeiter: 157
Netpionier
Umsatz: 6,53 Mio. Euro
Mitarbeiter: 105
TWT Interactive GmbH
Umsatz: 6,28 Mio. Euro
Mitarbeiter: 84
Arithnea
Umsatz: 5,10 Mio. Euro
Mitarbeiter: 74
mediaworx Berlin AG
Umsatz: 4,86 Mio. Euro
Mitarbeiter: 72
neuland Bremen GmbH
Umsatz: 3,84 Mio. Euro
Mitarbeiter: 38
Über die vergangenen Jahre betrachtet, wachsen die Agenturen vor allem in den Bereichen e-Commerce, Onlinewerbung und Onlinemarketing. In diesen drei Segmenten werden die Subrankings vor allem von den Dickschiffen der Branche beherrscht. Joachim Graf, Herausgeber und Chefredakteur des Trendletters iBusiness erklärt die aktuelle Agentursituation so:

> *“Diese Big Player haben sich häufig auf die entsprechenden Teildisziplinen spezialisiert. Besonders deutlich ist das in dem umsatzstärksten Bereich e-Commerce zu erkennen: Gemessen an den gesamten Honorarumsätzen der Top 10 in dieser Disziplin liegt der Umsatzanteil aus solchen Projekten jeweils zwischen 50 bis 100 Prozent.”*

Auf Grund der zunehmenden Verschmelzung von Off- und Online-Geschäftmodellen, müssten die e-Commerce-Agenturen und ihre Kunden in den nächsten Jahren mit einem elementaren Wandel rechnen. Joachim Graf:

“Zentrale Herausforderung wird es für Onlineshops und ihre Dienstleister sein, auf das Verschwinden des “E” im “E-Commerce” zu reagieren: In Zukunft werden Präsenz- und Onlinehandel miteinander verschmelzen. Dazu ist es nötig Kompetenzen sowohl im klassischen Handelsmarketing als auch im Onlinehandel vorzuhalten. Dazu sind bis jetzt nur wenige interaktive Agenturen aufgestellt. Ebensowenig übrigens wie die meisten ECommerce-Pureplayer.”