

Rang	Name, Hauptsitz (* = Testat)	GWA-Mitglied	GI 2008 in Mio. €	GI 2007 in Mio. €	Veränd. in %	Mitarb. 2008	Mitarb. 2007	Veränd. in %	Ums. pro Kopf ² in Tsd. €	Schwerpunkte (Income-Anteil in Prozent) ¹										
										K	D	Vkf	PR	NM	MA	E	S	DE	M	Sonst.
1 (-)	Commarco/Scholz & Friends, Hamburg***	ja	131,25	119,64	9,7	1478	1266	16,7	89	36	23	1	15	9	0	3	0	1	0	12
1 (1)	Serviceplan-Gruppe, München*	ja	125,47	108,72	15,4	945	768	23,0	133	52	k.A.	0	0	23	3	1	0	0	21	0
2 (3)	Media Consulta, Berlin/Köln	ja	64,77	52,13	24,2	298	263	13,3	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
3 (2)	Jung von Matt, Hamburg	ja	56,60	53,67	5,5	552	517	6,8	102,5	58	7	17	0,5	8	0	2	0	5	1	1
4 (-)	Schaffhausen-Gruppe, Elmshorn*		27,01	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
5 (4)	FischerAppelt, Hamburg		26,80	24,10	11,2	225	212	6,1	116	35	0	0	51	0	0	0	0	14	0	0
6 (-)	Dialogfeld, Nürnberg		24,05	17,05	41,1	130	90	44,4	180	32	0	40	0	8	0	8	0	2	10	0
7 (-)	Flad & Flad Communication, Heroldsberg*		21,30	17,10	24,6	101	95	6,3	210	30	5	0	20	15	0	20	0	0	0	10
8 (5)	Zum goldenen Hirschen, Hamburg*		18,20	13,37	36,1	175	140	25,0	104	50	5	7	16	12	0	2	1	2	0	5
9 (-)	G.V.K., Lüneburg		17,40	16,90	3,0	122	119	2,5	140	33	12	30	0	5	15	5	0	0	0	0
10 (7)	Kolle Rebbe, Hamburg	ja	15,20	13,23	14,9	148	127	16,5	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
11 (13)	Grabarz & Partner, Hamburg	ja	13,81	9,60	43,9	125	93	34,4	110	75	10	15	0	0	0	0	0	0	0	0
12 (10)	WOB, Viernheim	ja	12,51	12,03	4,0	104	106	-1,9	120	31	46,5	4	0	0	0	2	0	0	16,5	0
13 (12)	Gingco Net, Braunschweig		11,88	10,67	11,3	99	96	3,1	120	36	34	0	2	24	0	0	0	0	4	0
14 (11)	Trio Group, Mannheim	ja	11,20	10,85	3,2	105	105	0,0	107	40	10	5	15	15	0	5	0	5	5	0
15 (-)	UGW, Wiesbaden		10,50	8,46	24,1	130	120	8,3	150	31	0	23	2	0	0	0	0	0	0	44
16 (19)	Kempertrautmann, Hamburg	ja	9,26	7,07	31,0	67	48	39,6	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
17 (15)	Schaller & Partner, Mannheim	ja	9,01	8,70	3,6	68	67	1,5	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
18 (-)	TAS Emotional Marketing, Essen*		7,24	6,84	5,8	80	75	6,7	90,5	33	0	22	12	3	0	25	2	0	0	3
19 (22)	Heimat Werbeagentur, Berlin	ja	7,17	6,32	13,4	55	39	41,0	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
20 (-)	Butter, Düsseldorf/Berlin	ja	7,08	k.A.	k.A.	84	k.A.	k.A.	89	36	23	1	15	9	0	3	0	1	0	12
21 (18)	Die Crew, Stuttgart	ja	7,06	7,14	-1,1	50	51	-2,0	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
22 (25)	Dessign, Röckersbühl*		6,93	5,44	27,4	56	44	27,3	124	41	38	11	3	3	4	0	0	0	0	0
23 (23)	FJR Werbeagentur, München*		6,92	6,17	12,2	50	46	8,7	138	72	0	23	0	0	0	0	0	0	5	0
24 (20)	BSS, Bietigheim-Bissingen	ja	6,75	6,95	-2,9	37	38	-2,6	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
25 (27)	Sassenbach Advertising, München		6,30	5,11	23,3	33	25	32,0	191	32	6	19	0	6	0	15	0	22	0	0
26 (-)	Conrad Gley Thieme, Hamburg		6,04	5,54	9,0	51	49	4,1	k.A.	65	10	15	0	5	0	0	0	0	5	0
27 (-)	G+P Glanzer + Partner, Stuttgart	ja	5,53	k.A.	k.A.	61	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
28 (24)	Klink, Liedig Werbeagentur, München*		5,39	5,48	-1,6	43	43	0,0	125	53	14	16	0	13	0	0	3	1	0	0
29 (26)	Antwerpes, Köln	ja	5,33	5,19	2,7	42	44	-4,5	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
30 (21)	Vasata Schröder, Hamburg	ja	5,14	6,84	-24,9	61	71	-14,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
31 (32)	Bartenbach, Mainz*	ja	4,97	3,87	28,4	61	50	22,0	81	35	8	15	5	25	0	5	0	1	5	1
32 (-)	Panama Werbeagentur, Stuttgart*		4,60	3,60	27,8	44	36	22,2	105	35	5	11	5	12	5	5	0	10	0	12
33 (-)	Lässing Müller, Stuttgart		4,43	3,79	16,9	45	45	0,0	98	49	0	4	7	38	0	2	0	0	1	0
34 (29)	Shanghai DGM, Berlin		4,41	4,35	1,4	33	31	6,5	134	43	8	18	0	27	0	0	0	4	0	0
35 (31)	Freitag van Geigk, Hannover*	ja	4,38	3,92	11,7	27	27	0,0	160	50	20	10	10	5	0	0	0	5	0	0
36 (30)	Leagas Delaney, Hamburg		4,15	4,10	1,2	44	42	4,8	94	60	0	5	15	0	0	0	0	15	5	0
37 (-)	Taste, Offenbach	ja	4,13	k.A.	k.A.	40	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
38 (-)	Damm & Bierbaum, Frankfurt	ja	3,89	3,25	19,7	36	36	0,0	108	56	18	20	0	0	0	0	0	0	6	0
39 (39)	Schultze, Walther, Zahel, Nürnberg*	ja	3,80	3,18	19,5	41	35	17,1	93	34	0	26	1	4	0	20	0	10	5	0
40 (-)	Riegg & Partner Werbeag., Neudrossenfeld*		3,76	3,66	2,7	38	36	5,6	99	45	15	2	2	2	2	0	0	6	26	0
41 (-)	Berger Baader Hermes, München		3,47	k.A.	k.A.	19	k.A.	k.A.	k.A.	30	10	0	0	60	0	0	0	0	0	0
42 (33)	Huth + Wenzel, Frankfurt am Main	ja	3,42	3,75	-8,8	35	40	-12,5	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
43 (37)	Counterpart, Köln		3,40	3,40	0,0	38	37	2,7	89	80	0	0	20	0	0	0	0	0	0	0
44 (-)	Pepperzak, Hamburg		3,40	3,05	11,5	40	39	2,6	85,2	46	0	0	0	50	0	0	0	0	4	0
45 (-)	Zallmann Mark., Design & Service, Siegen		3,31	2,79	18,6	32	33	-3,0	103,5	40	12	4	2	8	2	8	0	0	2	24
46 (35)	Finest Magma Design & Com. Gr., Karlsruhe		3,24	3,60	-10,0	36	48	-25,0	90	32	12	17	0	7	0	0	0	10	18	4
47 (-)	Frese & Wolff, Oldenburg	ja	3,13	k.A.	k.A.	37		k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
48 (42)	new performance, München	ja	3,11	2,70	15,2	25	19	31,6	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
49 (-)	DauthKaun und Partner, Karlsruhe*		3,10	2,70	14,8	33	30	10,0	94	45	0	0	4	8	1	11	2	18	13	0

*** An Commarco/Scholz & Friends ist mit über 60 Prozent ein Finanzinvestor beteiligt; ¹ Erklärung zu Schwerpunkt Income: K=Klassische Werbung; D=Dialogmarketing; Vkf=Verkaufsförderung; PR=Public Relations; NM=Neue Medien; MA=Marktforschung; E=Event; S=Sponsoring; DE=Design; M=Media. ² Laut GWA liegt die plausibel erklärare Höchstgrenze bei 150 000 Euro; die Zahl kann in Einzelfällen höher liegen, wenn bspw. Umsätze von Freien miteingerechnet wurden. ³ Bei MediaConsulta arbeiten viele Mitarbeiter im Ausland auf deutschen Etats; ⁴ Bei MediaConsulta arbeiten viele Mitarbeiter im Ausland auf deutschen Etats; Quelle: Arbeitsgemeinschaft Rankingliste (W&V, Horizont). Quelle: Arbeitsgemeinschaft Rankingliste (W&V, Horizont).