

Rang 2013	Rang 2012	Agentur, Hauptsitz	Gründungs-jahr	Testat	GI 2013 in Tsd. €	GI 2012 in Tsd. €	Differenz in %	Mitarb. 2013	Mitarb. 2012	Differenz in %	P.-K.-Umsatz Tsd. € (FTE)	K <sup>1</sup>	D	Vkf	PR	DM	MA	E	S	De	M	Sonst.
1	1	Serviceplan, München	1970	ja	201 627	174 160	15,8	1420	1278	11,1	147	46	7	0	0	29	2	k.A.	k.A.	k.A.	16	0
2	2	Jung von Matt, Hamburg	1991	nein*	79 427	78 085	1,7	788	746	5,6	101**	55	4	9	2	19	0	2	0	5	2	2
3	3	Media Consulta, Berlin	1993	ja	50 413	46 654	8,1	318	278	14,4	169	25	0	0	51	6	0	16	0	0	2	0
4	4	Dialogfeld, Nürnberg	2000	nein*	45 012	38 505	16,9	413	310	33,2	109	28	0	25	0	12	0	23	0	8	4	0
5	5	Fischer-Appelt, Hamburg	1986	nein*	39 100	35 150	11,2	340	305	11,5	115**	26	0	0	50	24	0	0	0	0	0	0
6	6	Hirschen Group, Hamburg	1995	ja	37 166	30 089	23,5	369	294	25,5	101**	31	5	5	16	31	1	1	1	3	2	4
7	7	Medienfabrik, Gütersloh	1988	nein*	29 604	27 097	9,3	363	347	4,6	98	31	9	15	5	25	0	5	0	3	7	0
8	8	Aperto, Berlin	1995	nein*	26 302	26 122	0,7	261	257	1,6	101	25	1	3	5	55	2	0	0	9	0	0
9	10	Change Communication, Frankfurt	1989	nein*	26 300	24 000	9,6	215	207	3,9	122	30	5	5	0	15	0	27	3	10	0	5
10	14	Heimat, Berlin	1999	ja	23 827	16 382	45,4	179	103	73,8	137	70	0	3	0	20	0	3	0	4	0	0
11	11	Thjnk, Hamburg	2012	nein*	23 580	21 500	9,7	220	205	7,3	109	65	5	0	0	15	0	0	0	15	0	0
12	9	Kolle Rebbe, Hamburg	1994	ja	22 376	25 163	-11,1	200	223	-10,3	115	50	3	4	0	34	0	0	0	9	0	0
13	15	Webguerillas, München	2000	nein*	18 540	15 478	19,8	148	109	35,8	125**	25	2	0	4	60	7	0	0	0	2	0
14	13	Philipp und Keuntje, Hamburg	1999	ja	17 774	17 417	2,0	171	158	8,2	104	25	0	30	0	20	0	0	0	0	0	25
15	20	Die Jäger, Röckersbühl	1993	ja	15 890	12 213	30,1	145	101	43,6	142	29	15	36	0	5	15	0	0	0	0	0
16	23	UGW, Wiesbaden	1995	ja	15 456	11 293	36,9	251	145	73,1	91	27	3	15	5	7	0	0	0	0	0	43
17	16	ConTeam, Mainz	1986	nein*	15 400	14 650	5,1	119	110	8,2	119**	28	18	20	0	24	0	0	5	0	0	5
18	18	KNSK, Hamburg	k. A.	ja	13 664	12 620	8,3	157	141	11,3	98	51	5	7	0	30	0	3	0	4	0	0
19	17	B+D Agenturgruppe, Köln	1983	nein*	13 267	12 764	3,9	147	140	5,0	90	31	8	20	0	30	0	7	0	4	0	0
20		Pahnke Markenmacherei, Hamburg	k. A.	nein*	13 185	k. A.	k. A.	133	k. A.	k. A.	106	25	0	15	0	15	10	0	0	15	0	20
zu 1		Saint Elmo's, München***	2001	ja	12 622	11 952	5,6	125	121	3,3	101	25	15	0	0	55	0	0	0	0	5	0
22	24	Schaller & Partner, Mannheim	1978	ja	11 535	11 067	4,2	93	90	3,3	124	59	0	9	0	21	0	0	0	0	11	0
23	21	CP Compartner, Essen	1992	nein*	11 100	12 100	-8,3	70	78	-10,3	158	25	0	0	25	25	0	20	0	5	0	0
24		Butter, Düsseldorf****	1995	ja	10 850	7 021	54,5	102	95	7,4	106	46	4	2	8	26	0	2	0	6	0	6
25	25	Achtung, Hamburg	1996	ja	10 130	10 850	-6,6	104	100	4,0	103	29	5	2	35	23	4	1	0	0	0	1

Gelistet sind nur Agenturen, die mindestens 25 Prozent des Gross Income (GI) mit klassischer Werbung erzielen. \*Testat wird nachgereicht. \*\*Zahl bezieht sich auf Mitarbeiterzahl, nicht auf im Jahresdurchschnitt beschäftigte Festangestellte (Fulltime Equivalent); \*\*\*Serviceplan-Tochter, deren Umsatz in der Serviceplan-Gruppe enthalten ist. \*\*\*\*Butter hatte 2012 nicht gemeldet; das 2012-Ergebnis wird daher nicht gewertet. <sup>1</sup>Erklärung zu Schwerpunkten: K = Klassische Werbung; D = Dialogmarketing; Vkf = Verkaufsförderung; PR = Public Relations; DM = Digitale Medien; MA = Marktforschung; E = Event; S = Sponsoring; De = Design; M = Media. Quelle: Agenturangaben. Arbeitsgemeinschaft Rankingliste von W&V und Horizont, Datenerhebung durch W&V. © W&V

Rang 2013	Rang 2012	Agentur, Hauptsitz	Gründungs-jahr	Testat	GI 2013 in Tsd. €	GI 2012 in Tsd. €	Differenz in %	Mitarb. 2013	Mitarb. 2012	Differenz in %	P.-K.-Um-satz Tsd. € (FTE)	K	D	Vkf	PR	DM	MA	E	S	De	M	Sonst.
26	26	Trio-Group, Mannheim	1996	nein*	9750	10 150	-3,9	110	100	10,0	103	40	0	0	20	30	0	0	0	5	5	0
27	30	Sassenbach Advertising, München	2002	nein*	9554	7 872	21,4	60	49	22,4	159	35	14	15	0	22	0	1	0	11	2	0
28	28	Wob, Viernheim	1973	nein*	8715	8 171	6,7	91	87	4,6	109	31	22	0	0	25	3	4	0	0	15	0
29	27	Wefra, Frankfurt	1933	ja	8705	8 232	5,7	74	74	0,0	118	29	0	0	11	8	0	0	0	0	52	0
30	29	BSS, Bietigheim-Bissingen	1966	ja	8348	8 066	3,5	52	47	10,6	160**	37	2	10	0	25	0	0	2	6	16	2
31	32	Die Crew, Stuttgart	1983	ja	7210	7 100	1,5	49	49	0,0	147	25	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
32	35	Lach, Mönchengladbach	1971	ja	7169	6 030	18,9	19	16	18,8	377	53	5	3	5	7	2	0	0	6	19	0
33	34	G+P Glanzer + Partner, Stuttgart	1980	ja	6667	6 410	4,0	65	63	3,2	103**	55	0	15	0	20	0	0	0	0	5	5
34	38	Point Werbeagentur, Minden	1973	ja	6569	5 593	17,5	48	46	4,3	137	90	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
35	33	Panama, Stuttgart	1996	ja	6522	6 649	-1,9	68	77	-11,7	96**	35	4	20	2	16	7	4	0	3	1	8
36		Creativteam Communications, Hannover	2008	nein*	6150	5 820	5,7	55	52	5,8	112**	25	10	15	5	30	0	5	0	0	10	0
37	37	Bartenbach, Mainz	1997	ja	5943	5 635	5,5	63	60	5,0	124	51	10	19	0	15	0	0	0	0	5	0
38	39	CMF Advertising, Mörfelden-Walldorf	1980	ja	5814	5 422	7,2	73	63	15,9	80	30	1	46	0	15	0	3	0	5	0	0
39	40	Lukas Lindemann Rosinski, Hamburg	2008	nein*	5481	5 265	4,1	53	50	6,0	103**	53	0	4	0	37	2	2	0	2	0	0
40	44	Damm & Bierbaum, Frankfurt	1982	ja	5350	4 257	25,7	55	42	31,0	101	56	5	5	0	29	0	0	0	0	5	0
41	41	Zebra, Chemnitz	1991	ja	5246	4 200	24,9	75	61	23,0	70**	55	0	3	3	24	0	0	0	8	6	0
42		Spirit Link, Erlangen	2000	ja	5074	k.A.	k.A.	53	k.A.	k.A.	97**	25	0	0	0	75	0	0	0	0	0	0
43	42	Hello, München	2000	ja	4856	4 460	8,9	60	58	3,4	81**	38	0	18	0	32	0	0	0	8	0	0
44	45	Straight, München	2001	ja	4790	4 178	14,6	50	40	25,0	96	27	6	2	0	65	0	0	0	0	0	0
45	48	Eberle, Schwäbisch Gmünd	1950	nein*	4200	3 800	10,5	53	43	23,3	95	40	0	20	5	5	0	0	0	25	0	5
46	47	Huth + Wenzel, Frankfurt	1992	ja	3850	3 825	0,7	35	38	-7,9	110**	40	10	5	0	35	3	0	0	3	4	0
47	49	Welke Consulting, Siegen	1993	ja	3848	3 790	1,5	30	30	0,0	128**	31	4	2	5	10	21	0	0	6	6	15
48		Plantamedium, Warendorf	k.A.	ja	3640	3 160	15,2	15	15	0,0	242**	26	0	0	1	0	0	0	0	0	61	10
49	50	Lingner Marketing Comm. Services, Fürth	1989	ja	3610	3 443	4,9	46	41	12,2	78	80	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0
50		BrawandRieken, Hamburg	k.A.	ja	3278	k.A.	k.A.	32	k.A.	k.A.	109	55	0	0	0	25	0	0	0	0	0	20

Gelistet sind nur Agenturen, die mindestens 25 Prozent des Gross Income (GI) mit klassischer Werbung erzielen. \*Testat wird nachgereicht. \*\*Zahl bezieht sich auf Mitarbeiterzahl, nicht auf im Jahresdurchschnitt beschäftigte Festangestellte (Fulltime Equivalent); \*\*\*Serviceplan-Tochter, deren Umsatz in der Serviceplan-Gruppe enthalten ist. \*\*\*\*Butter hatte 2012 nicht gemeldet; das 2012-Ergebnis wird daher nicht gewertet. <sup>1</sup>Erklärung zu Schwerpunkten: K = Klassische Werbung; D = Dialogmarketing; Vkf = Verkaufsförderung; PR = Public Relations; DM = Digitale Medien; MA = Marktforschung; E = Event; S = Sponsoring; De = Design; M = Media. Quelle: Agenturangaben. Arbeitsgemeinschaft Rankingliste von W&V und Horizont, Datenerhebung durch W&V. © W&V