

Rang 2009	Vorjahr 2008	Agentur	Verbandszugehörigkeit	Gründung	Honorarumsatz in Millionen Euro						Mitarbeiter				Pro-Kopf-Umsatz Live-Kom. in Tsd. Euro 2009
					Live-Kommunikation (LK)			gesamt			gesamt	LK	gesamt	LK	
					2009	2008	Veränderung in %	2009	2008	Veränderung in %	2009	2008	2009	2008	
1	1	Vok Dams Gruppe, Wuppertal	FME, ISES	1975	21,1	22,0	-4,1	21,1	23,5	-10,2	98	89	88	82	237
2	2	Avantgarde Ges. für Kommunikation, München	keine	1985	14,2	10,9	30,3	24,3	23,6	3,0	238	149	235	145	95
3	-	Media Consulta Event, Berlin <sup>1</sup>	keine	2005	8,8	6,7	31,3	8,8	6,7	31,3	42	28	35	35	314
4	4	Scholz & Friends <sup>2</sup> , Berlin/Hamburg/Ddf. <sup>1</sup>	GWA, DPRG, FASPO	1981	8,7	8,6	0,4	26,0	24,8	4,8	234	81	250	83	106
5	3	Kogag Bremshey & Domning, Solingen	FME, POSMA	1970	7,9	10,3	-23,3	7,9	10,3	-23,3	82	55	98	60	138
6	13	TAS Emotional Marketing, Essen	ESB	1990	7,0	5,9	18,6	7,4	7,2	2,7	74	65	80	51	112
7	9	Planworx, München	keine	1987	6,8	6,3	7,9	8,8	7,7	14,3	38	34	32	28	200
8	-	Milla und Partner Agentur & Ateliers, Stuttgart <sup>1</sup>	ADC	1989	6,7	5,6	19,6	6,7	5,6	19,6	42,5	42,5	41	k.A.	157
8	18	Insglück Ges. für Markeninszenierung, Berlin	FME	2000	6,7	4,4	52,3	6,7	4,4	52,3	38	33	28	25	203
10	12	Hablowetz Communications, Köln	keine	1995	6,0	6,0	0,0	6,5	6,5	0	30	30	30	25	200
11	14	KFP, Frankfurt <sup>1</sup>	keine	1989	5,9	5,5	7,3	11,6	11,57	0,4	95	52	84	51	113
12	-	Dan Pearlman Markenarchitektur, Berlin	FAMAB	1999	5,2	4,5	15,5	5,2	4,5	15,5	42	37	38	k.A.	140
13	27	MCI, Berlin/ Stuttgart	MPI	1987	4,6	2,4	91,6	4,6	2,4	91,6	42	39	46	46	117
14	5	Pleon Event + Sponsoring, Bonn <sup>3</sup>	FME, FASPO	1989	4,2	4,8	-12,5	4,2	4,8	-12,5	45	45	53	k.A.	93
14	14	Passepartout, Geldern <sup>1</sup>	keine	1998	4,2	5,5	-23,6	4,6	6,1	-24,6	14	14	18	18	300
16	17	Ten & One, München <sup>1</sup>	FME	1990	4,0	4,7	-14,9	4,1	5,2	-21,1	15	13	13	11	307
17	24	Stöcker & Friends, Wiesbaden	FME	1989	3,7	3,3	12,1	3,8	3,4	11,8	19	15	17	15	246
18	6	Marbet Marion & Bettina Würth, Künzelsau <sup>1</sup>	FME, DRC	1996	3,4	7,3	-53,4	4,4	8,5	-48,2	58	40	72	41	85
18	20	Joke Event, Bremen	FME	1992	3,4	4,0	-15,0	3,4	4,1	-17,1	55	51	58	58	66
20	-	Die Favoriten, München <sup>1</sup>	keine	2002	3,2	3,9	-18,0	4,1	4,9	-16,3	22	22	24	24	145
20	23	Projekt Promotions (PP), Frankfurt	keine	1986	3,2	3,4	-5,8	3,3	3,5	-5,7	23	20	21	19	160
22	22	Proteco Marketing-Service, Diedorf <sup>1</sup>	AIKA, ESB	1977	2,9	3,6	-19,4	2,9	3,6	-19,4	25	21	29	24	138
23	29	Schmidhuber + Partner, München <sup>1</sup>	ADC, FDA, DDC	1984	2,8	2,3	21,7	3,9	4,5	-13,3	28	28	32	26	100
23	-	Bplus Ges. f. Moodmarketing und Events, Berlin <sup>1</sup>	keine	1992	2,8	2,4	16,6	2,8	2,4	16,6	8	6	11	11	350
25	26	Trendhouse Eventmarketing, München	keine	1994	2,5	2,7	-7,4	2,5	2,7	-7,4	12	12	14	14	208
26	9	Uniplan, Köln	FMA, FAMAB, ADC, iF	1960	2,2	6,3	-65,1	32,9	31,2	5,4	192	6	195	36	366
27	29	Kontrapunkt Agentur für Kommunikation, Hbg <sup>1</sup>	FME	1989	1,7	2,3	-26,1	1,7	2,3	-26,1	16	13	17	14	130
28	33	East End Communications, Hamburg	AIKA	1997	1,1	1,4	-21,4	k.A.	k.A.	k.A.	19	14	20	15	78
28	32	Agentur für Markenträume, Stuttgart <sup>1</sup>	FAMAB, GHORFA	2004	1,1	1,6	-31,3	2,3	2,6	-11,54	21	8	21	8	137
30	-	Phocus Brand Contact, Nürnberg <sup>1</sup>	FME, ADC	1998	0,9	1,4	-35,7	0,9	1,4	-35,7	23	23	22	k.A.	39
30	35	Realize Live-Marketing, Unterhaching	MPI	2000	0,9	0,9	-1,1	0,9	0,9	-1,1	15	14	16	16	63

Quelle: <sup>1</sup>Testat liegt noch nicht vor, <sup>2</sup>S&F Agenda, Brand Affairs, Identify, Profile, <sup>3</sup>Wegen des Mergers von Ketchum und Pleon werden nur noch die reinen Umsatzzahlen von Pleon Sponsoring + Event ausgewiesen. Zahlen für 2008 wurden entsprechend angepasst.  
k.A. = keine Angaben. Quelle: Arbeitsgemeinschaft FME, Horizont und Werben & Verkaufen.