

Ad Age: DDB am größten

US-Titel veröffentlicht Agentur-Ranking / Omnicom führt bei Holdings

Das DDB-Netzwerk ist nach Berechnungen des US-Fachtitels „Ad Age“ die weltweit größte Werbeagenturgruppe. Die Omnicom-Tochter erzielte 2007 einen weltweiten Umsatz von umgerechnet rund 1,7 Milliarden Euro (2,62 Milliarden US-Dollar). Nach HORIZONT-Informationen war das Europageschäft von DDB erstmals stärker als das US-Geschäft. „Adage“ macht hierüber keine Angaben.

Ganz anders bei der DDB-Mutter Omnicom, die sich erneut als weltweit größte Holding behauptete. Laut „Ad Age“ erwirtschaftete Omnicom mehr als

die Hälfte (52,8 Prozent) der Umsätze in den USA. 32,3 Prozent stammen aus Europa. Unterm Strich erhöhte die Holding ihre Umsätze 2007 um fast 12 Prozent auf rund 12,7 Milliarden Dollar. Zweitgrößte Holding ist die britische WPP-Gruppe, die ihren Umsatz um 14,5 Prozent auf rund 12,4 Milliarden Dollar steigerte. Dabei wurden 41,2 Prozent in Europa und 36,6 Prozent in den USA erwirtschaftet. Unter den Top 50 befinden sich auch drei deutsche Vertreter. Auf Platz 12 liegt Media Consulta, Berlin. Die Scholz & Friends-Mutter Commarco erreicht Platz 32. Rang 38 geht an Serviceplan. **BRÖ**