

19.07.2007 HORIZONT (Auszug)

Recma: Im vorigen Jahr stieg das klassische Mediavolumen weltweit um 7 Prozent auf 366 Milliarden Dollar

OMD ist größtes globales Network

Rang 2006	Mediaagentur	Billings 2006 in Mio. US-Dollar*	Veränderung zu 2005 in Prozent	Marktanteil 2006 in Prozent
1	OMD	26 334	12	7,2
2	Starcom Mediavest	23 533	13	6,4
3	Mindshare	23 161	8	6,3
4	Zenith Optimedia	20 395	14	5,6
5	Mediaedge CIA	17 935	15	4,9
6	Mediacom	17 788	10	4,9
7	Carat	17 785	5	4,9
8	Universal McCann	12 953	-13	3,5
9	Initiative	11 641	3	3,2
10	MPG	10 616	12	2,9
11	PHD	4 557	-2	1,2
12	Vizeum	2 797	-2	0,8
Alle Networks		189 495	8	51,8
Unabhängige Agenturen		176 368	7	48,2
Weltweites Mediavolumen		365 863	7	100,0

Quelle: Recma Report, Stand Juni 2007

* Klass. Medien inkl. Directmail

HORIZONT 29/2007

Das weltweit größte Agenturnetzwerk ist jedoch die Omnicom-Tochter OMD, die Starcom Mediavest von der Spitzenposition verdrängt hat. Beide Networks konnten ihr Geschäft zwar weiter ausbauen, doch am Ende war OMD mit 26,3 Milliarden Dollar Billings und einem Marktanteil von 7,2 Prozent erfolgreicher als die Publicis-Tochter. An dritter Stelle folgt das WPP-Netzwerk Mindshare mit einem Marktanteil von 6,3 Prozent.