

# Die 20 größten Werbungtreibenden der FMCG-Hersteller 2008\*\*

Die Auswirkungen der Finanzkrise sind auf dem Werbemarkt angekommen: 2008 nahmen die Ausgaben für klassische Kommunikation in Deutschland gegenüber 2007 minimal um 0,7 Prozent auf insgesamt 21,1 Mrd. Euro zu.

Die Hersteller schnelldrehender Konsumgüter (FMCG) erhöhten ihre Etats um 1,1 Prozent (43,4 Mio. Euro) auf 3,9 Mrd. Euro im Vergleich zum Vorberichtsjaahr.

Kurzinfos und Adressen zu einigen der Unternehmen finden [My LZ|NET Abonnenten](#) mit einem Klick auf den Unternehmensnamen.

Rang	Unternehmen	Ausgaben 2008 in Mio. Euro	Ausgaben 2007 in Mio. Euro	Veränderung 2008/2007 in Prozent
1	<a href="#">Ferrero</a>	337	272	+23,8
2	<a href="#">Procter &amp; Gamble</a>	268	288	-7,2
3	<a href="#">L'Oréal</a>	264	222	+19,1
4	<a href="#">Danone</a>	152	170	-10,7
5	<a href="#">Unilever</a>	150	195	-22,9
6	<a href="#">Reckitt Benickser</a>	132	139	-5,0
7	<a href="#">Coca-Cola</a>	101	109	-7,5
8	<a href="#">Dr. Oetker</a>	98	76	+29,1
9	<a href="#">Beiersdorf</a>	98	76	+29,9
10	<a href="#">Schwarzkopf + Henkel</a>	83	72	+14,3
11	<a href="#">Molkerei Müller</a>	82	65	+24,9
12	<a href="#">Kraft Foods</a>	69	86	-20,1
13	<a href="#">Krombacher</a>	64	56	+14,4
14	<a href="#">Henkel</a>	60	68	-11,5
15	<a href="#">Glaxo Smith Kline</a>	46	48	-4,0
16	<a href="#">Mars</a>	45	68	-33,4

17	<a href="#">Campina</a>	41	42	-0,7
18	<a href="#">Maggi</a>	38	43	-11,2
19	<a href="#">Merci</a>	35	33	+8,2
20	<a href="#">Bitburger</a>	34	28	+20,2
	<b>FMCG Gesamt</b>	<b>3.888</b>	<b>3.845</b>	<b>+1,1</b>

Nielsen Media Research

\*\*Abweichungen zum Werbemonitor (Top 10 Größte Werbungtreibende) erklären sich durch unterschiedliche Definition/Zuordnung Produktgruppen

<http://www.lz-net.de/rankings/industriedeutschland/pages/show.prl?id=296>