Deutsche Top-Einsender bei den Cannes Lions 2010

Agentur	Gesamtkosten*	Anzahl der Einsendungen*											
		Film	Press	Outdoor	Direct	Media	Cyber	Radio	Promo	Film Craft	T&I	Design	PR
Jung von Matt	71 190	10	68	20	14	15	14	5	19	7	0	15	5
DDB Group Germany	71 070	6	57	58	11	13	8	1	16	4	3	5	6
Ogilvy Deutschland	59 020	0	25	20	32	27	16	3	24	0	0	14	0
Serviceplan Gruppe	54 840	9	23	17	17	21	17	5	21	2	0	13	0
BBDO Group Germany (inkl. Proximity / Peter Schmidt Group)	54 120	8	49	48	4	11	3	12	5	6	0	4	0
Scholz & Friends Gruppe	39 600	1	33	29	7	3	4	6	6	7	0	14	2
Grabarz & Partner	34 930	5	22	11	9	8	8	22	7	3	0	4	0
Kolle Rebbe	29 690	2	20	22	11	1	3	2	3	0	0	17	0
Grey Deutschland (inkl. Argonauten / Atletico)	19 080	2	16	15	2	3	5	2	5	3	0	0	0
Heimat	18 250	3	7	9	3	8		2	8	5	1	1	0
Deutschland gesamt	**717 290**	**91**	**419**	**319**	**183**	**177**	**182**	**102**	**172**	**76**	**11**	**159**	**35**

* Angaben weichen von der offiziellen Anzahl der Einsendungen (1891) ab, da einige Agenturen gemeinsam eingereicht haben
** Einsendegebühren: Film 620 Euro, Press 350, Outdoor 350, Direct 380, Media 380, Cyber 350, Radio 270, Promo & Activation 380, Film Craft 300, Titanium & Integrated (T&I) 1150, Design 380, PR 380

Quelle: eigene Berechnung auf Basis der Daten von Werbe Weischer / International Advertising Festival