



Gesamtverband  
Kommunikationsagenturen

*Bitte zurücksenden an:*

Gesamtverband Kommunikationsagenturen  
GWA e.V.  
Friedensstraße 11, 60311 Frankfurt am Main  
Telefon 069/25 60 08-0, Fax 069/23 68 83  
e-Mail: info@gwa.de

# ANTRAG AUF GWA-MITGLIEDSCHAFT

## TEIL 1

### 1. Eckdaten zur Agentur *(Bitte sorgfältig ausfüllen)*

Agenturname	
Anschrift	
E-Mail	
Gründungsjahr	Hauptsitz
Internet-Adresse	

Ansprechpartner, Position		
Telefon	Fax	E-Mail
Datum	Unterschrift	

### 2. Aus welchen Bereichen generierten Sie wieviel Prozent Ihres Gesamtumsatzes im letzten Jahr sowie im Geschäftsjahr zuvor?

	letztes Jahr	Jahr zuvor		letztes Jahr	Jahr zuvor
Klassische Werbung	%	%	Marktforschung/Analyse	%	%
Dialog-/Direktmarketing	%	%	Event-Marketing	%	%
Vkf / Promotion / POS	%	%	Sponsoring	%	%
Public Relations	%	%	Design	%	%
Neue Medien (Multimedia) Online-Marketing/E-Commerce	%	%	Media	%	%
			Sonstiges	%	%

3. Wer ist Mehrheitsgesellschafter Ihrer Agentur und welche weiteren Gesellschafter sind an Ihrem Unternehmen beteiligt? (Bitte geben Sie den jeweiligen Gesellschaftsanteil in Prozent an.)

Name des Hauptgesellschafters	Gesellschaftsanteil in Prozent

Name weiterer Gesellschafter	Gesellschaftsanteil in Prozent

Sitz des Hauptgesellschafters:

## I. UMSATZ UND MITARBEITERZAHL

(Diese Angaben müssen testiert werden. Siehe beiliegendes „Mustertestat“)

4. Wie lauten Ihre Gesamteinnahmen (Gross Income) für das letzte Jahr und das Geschäftsjahr zuvor aufgeteilt nach den folgenden Bereichen?

(Zur Definition der Einnahmen siehe beiliegende GWA-Richtlinie: „Umsatzberechnungen der Agenturen“)

	letztes Jahr		Jahr zuvor	
A. Umsatzbezogene Provisionen	aus Media	T EURO		T EURO
	aus Produktion	T EURO		T EURO
B. Honorare	Pauschalhonorare	T EURO		T EURO
	Projekthonorare	T EURO		T EURO
C. Gesamteinnahmen	Summe aus A+B	T EURO		T EURO
		.....		.....

5. Wieviele festangestellte Mitarbeiter haben Sie im Jahresdurchschnitt beschäftigt? (Zu den festangestellten Mitarbeitern zählen auch ständige Freelancer, jedoch keine Auszubildenden, Praktikanten, Trainees oder Volontäre)

	letztes Jahr	Jahr zuvor		letztes Jahr	Jahr zuvor		letztes Jahr	Jahr zuvor
Mitarbeiterzahl:			davon Frauen:			davon Männer:		

6. Pro-Kopf-Umsatz Ihrer Agentur im Jahresdurchschnitt. (Der durchschnittliche Pro-Kopf-Umsatz der Branche liegt zwischen 50 -150 T EURO. Sollte Ihr Pro-Kopf-Umsatz davon abweichen, ist eine stichhaltige Erläuterung notwendig). Mitarbeiter- und Umsatzzahlen werden nicht veröffentlicht.

Pro-Kopf-Umsatz:	letztes Jahr:	T EURO	Jahr zuvor::	T EURO
------------------	---------------	--------	--------------	--------

Erläuterungen:

## II. ANGABEN ÜBER INLÄNDISCHE SCHWESTER-/TOCHTERUNTERNEHMEN UND KOOPERATIONEN

7. Sofern in den gemeldeten Umsätzen Anteile inländischer Schwester- oder Tochtergesellschaften enthalten sind, bitten wir Sie, diese mit dem jeweiligen Umsatzanteil auszuweisen. (Erläuterungen siehe beiliegende GWA-Richtlinie: „Umsatzberechnungen der Agenturen“)

Firma	Netto-Roheinnahmen in TEURO	Anteile in Prozent

- 8a. An welchen Agenturen haben Sie Mehrheitsbeteiligungen? Und mit wieviel Prozent?

Firma	Anteile in Prozent

- 8b. An welchen Agenturen haben Sie Minderheitsbeteiligungen? Und mit wieviel Prozent?

Firma	Anteile in Prozent

9. Wie lautet das Network oder der Verbund, in dem Ihre Agentur international arbeitet?

Name des Networks:

10. Wir sind mit der Aufnahme in die Rankingliste inhabergeführter Kommunikationsagenturen einverstanden.

ja       nein

11. Ihre Umsatzzahlen müssen testiert werden.

Ein Prüfungstestat ist beigefügt  
 Ein Prüfungstestat wird nachgereicht

# MUSTER-TESTAT FÜR UMSATZ IM LETZTEN JAHR

*(Kann als Vorlage verwendet werden)*

Absender des Wirtschaftsprüfers/Steuerberaters

---

---

---

---

**Bescheinigung für die Agentur:**

*(Bitte vollständige Firmierung)*

---

Hiermit bestätigen wir die Richtigkeit der im Rahmen der Umsatzerhebung inhabergeführter Kommunikationsagenturen angegebenen Netto-Roheinnahmen in Höhe von:

T EURO

---

mit \_\_\_\_\_ Mitarbeitern geprüft zu haben.

Diese Angaben sind ordnungsgemäß und in Übereinstimmung mit der GWA-Richtlinie „Umsatzberechnungen der Agenturen“.

(Umsatzdefinition siehe Rückseite)

---

Datum

---

Unterschrift des Wirtschaftsprüfers/Steuerberaters

# GWA-RICHTLINIE:

## UMSATZBERECHNUNGEN DER KOMMUNIKATIONSAGENTUREN

Erfasst werden ausschließlich die Netto-Roheinnahmen (Gross Income), wie sie sich aus der Gewinn- und Verlustrechnung aufgrund des Bilanzrichtliniengesetzes ergeben (die Equivalent-Billings errechnen sich dann, den internationalen Gepflogenheiten folgend, durch Multiplikation der Netto-Roheinnahmen mit 6,67).

Angesetzt werden ausschließlich Umsätze - die im weiteren Sinne mit Kommunikation zu tun haben - die mittelbar oder unmittelbar mit Kunden abgerechnet werden.

Umsätze, die aus Berechnungen an ausländische Agenturen oder Klienten für im Inland erbrachte Leistungen erfolgen (Lead-Agency in Deutschland), werden in die Umsätze eingerechnet. Dies gilt jedoch nur, wenn das Income tatsächlich nach Deutschland geflossen ist.

### Für das eigentliche Umsatzmeldeverfahren gelten folgende Kriterien:

Die Umsätze gesellschaftsrechtlich verbundener inländischer Unternehmen (Schwester- und Tochtergesellschaften) in artverwandten Bereichen \*) werden im Verhältnis der von der Gruppe gehaltenen inländischen Anteile an den verbundenen Unternehmen nach den gleichen Erhebungsmethoden erfasst und den Roheinnahmen zugerechnet. Betragen die Anteile bis einschließlich 50%, so werden die Roheinnahmen anteilig eingerechnet. Betragen die Anteile mehr als 50%, werden vereinfachend 100% der Roheinnahmen zugerechnet. Bei Ausweitung des inländischen Konzernkreises werden die Roheinnahmen der neu hinzukommenden Gesellschaft wie vorstehend beschrieben ab dem Zeitpunkt des wirtschaftlichen Übergangs berücksichtigt.

Bestehen zusätzliche Beteiligungen von ausländischen Gesellschaften der Agenturgruppe an inländischen Agenturen, an denen bereits Inlandsgesellschaften eine Beteiligung halten, so wird der Anteil der Umsätze auf der Basis des unmittelbaren und des mittelbaren Anteilsbesitzes ermittelt. Sollten mehrere inländische Agenturen aus einer Gruppe an der gleichen inländischen Agentur beteiligt sein, so sind die Umsätze anteilig zuzuordnen; die so zugerechneten Umsätze dürfen jedoch insgesamt 100% nicht übersteigen. Vereinfachend kann auch die Agentur mit dem höchsten Anteilsbesitz diesen Umsatz komplett einbeziehen.

\*) Ausschließlich Umsätze, die im weiteren Sinne mit Kommunikation zu tun haben. Ausgeschlossen sind z. B. Income aus Personalberatungen, sachfremde Produktionsleistungen etc.

Die in den Roheinnahmen enthaltenen Umsätze von Schwester- und Tochterunternehmen werden gesondert auf dem Anlageblatt des Meldebogens mit dem jeweiligen Umsatzanteil ausgewiesen.

### Die Netto-Roheinnahmen werden wie folgt ermittelt:

#### 1. *Umsatzbezogene Provisionen*

##### 1.1 aus Media

Erfasst werden alle Mittlungsprovisionen in der effektiv erhaltenen Höhe. Dies gilt sowohl für die direkt von den Medien gewährten Provisionen als auch für Einkünfte von anderen Agenturen aus "Split Commission" (agency of records). Alle weitergegebenen Provisionen sind als Erlösschmälerung (und nicht als Aufwand) zu behandeln.

##### 1.2 aus Produktion

Erfasst werden auch alle an den Kunden berechnete Provisionen auf die Herstellung von Werbemitteln und sonstigen Fremdleistungen.

#### 2. *Honorare*

##### 2.1 Pauschalhonorare

Dazu zählen alle Honorare anstelle von Provisionen. Erfasst werden sollten auch Zusatzhonorare, wie z. B. Public Relations, Sales Promotion u.ä. Anzusetzen sind nur die Honorare in der effektiv berechneten Höhe (keine Fremdkosten).

##### 2.2 Projekthonorare

Erfasst werden ausschließlich Leistungen, die die Agentur erbringt. Honorare für Einzelleistungen, wie z. B. für Gestaltung oder Marktforschung u.ä. sowie für Präsentationen, Fotoarbeiten, Reinzeichnungen oder sonstige Dienstleistungen der Agentur. Diese sind in der effektiv berechneten Höhe abzüglich Fremdleistungen (z.B. von Instituten, Druckereien usw.) anzusetzen.

#### 3. *Nicht einzurechnen in das Gross Income sind:*

- Erträge aus Skonto, Zinsen etc. (sog. Finanzerträge)
- Mieteinnahmen
- Erzielte Einnahmen im Außenverhältnis, d. h., Einnahmen, die nicht dem Agenturzweck entsprechen.
- Umsätze, die nicht durch einen externen Auftraggeber initiiert sind.
- Fremdkosten im Sinne von durchlaufenden Kosten, d. h. Kosten, für die die Agentur nur treuhänderisch tätig ist.
- Innenumsätze: Zur Vermeidung von Doppelzählungen bleiben Innenumsätze deutscher Tochter- und Schwesterunternehmen unberücksichtigt.
- Umsätze von ausländischen Tochter- bzw. Schwesterunternehmen

#### 4. *Summe der Netto-Roheinnahmen*