



Gesamtverband  
Kommunikationsagenturen

Bitte zurücksenden an:

GWA-Service mbH, Werner Bitz

Friedensstraße 11, 60311 Frankfurt am Main

Telefon 069/256008-15, Fax 069/236883

e-Mail: [werner.bitz@gwa.de](mailto:werner.bitz@gwa.de)

# GWA JAHRESUMSATZERHEBUNG DER INHABERGEFÜHRTEN \* KOMMUNIKATIONSAGENTUREN 2008

Rückmeldetermin: 10. Februar 2009

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

Agenturname	
Anschrift	
E-Mail-Adresse	
Gründungsjahr	Hauptsitz
Internet-Adresse	

Ansprechpartner, Position		
Telefon	Fax	E-Mail
Datum	Unterschrift	

## 2. Aus welchen Bereichen generierten Sie wieviel Prozent Ihres Gesamtumsatzes in 2008 und 2007? *(Die Schwerpunkte Ihrer Geschäftstätigkeiten sind Zusatzinformationen nur für den internen Gebrauch).*

	2008	2007		2008	2007
Klassische Werbung	%	%	Marktforschung/Analyse	%	%
Dialog-/Direktmarketing	%	%	Event-Marketing	%	%
Vkf / Promotion / POS	%	%	Sponsoring	%	%
Public Relations	%	%	Design	%	%
Neue Medien (Multimedia) Online-Marketing/E-Commerce	%	%	Media	%	%
			Sonstiges **	%	%

\* Tätiger Anteilseigner mit qualifizierter Mehrheit an der Agentur

\*\* Bitte erläutern ...

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 „Muster-Testat“)

4. Wie lauten Ihre Gesamteinnahmen (Gross Income) für die Jahre 2008 und 2007 aufgeteilt nach den folgenden Bereichen?

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

	2008	2007
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. Wieviel festangestellte Mitarbeiter haben Sie im Jahresdurchschnitt beschäftigt? (Zu den festangestellten Mitarbeitern zählen auch ständige Freelancer, jedoch keine Auszubildenden, Praktikanten, Trainees oder Volontäre)

	2008	2007
Mitarbeiterzahl:		

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.)

Pro-Kopf-Umsatz:	2008: T EURO	2007: 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 Kommunikationsagenturen“)

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 Veröffentlichung unserer Umsatzzahlen 2008 einverstanden.

<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein
---

11. Ihre Umsatzzahlen müssen testiert werden.

<input type="checkbox"/> Ein Prüfungstestat 2008 ist beigefügt <input type="checkbox"/> Ein Prüfungstestat 2008 wird bis spätestens 30. Juni 2009 nachgereicht
---

# MUSTER-TESTAT FÜR UMSATZ 2008

*(Kann als Vorlage verwendet werden)*

## Absender des Wirtschaftsprüfers/Steuerberaters

GWA-Service mbH  
Herrn Werner Bitz  
Friedensstraße 11

60311 Frankfurt am Main

## Bescheinigung für die Kommunikationsagentur:

*(Bitte vollständige Firmierung)*

---

Hiermit bestätigen wir, die Richtigkeit der im Rahmen der Umsatzerhebung inhabergeführter  
Kommunikationsagenturen 2008 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 Kommunikationsagenturen“.

(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 sonstige 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 Doppelzahlungen bleiben Innenumsätze deutscher Tochter- und Schwesterunternehmen unberücksichtigt.
- Umsätze von ausländischen Tochter- bzw. Schwesterunternehmen

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

1/2009