Jahresumsatzerhebung der Inhabergeführten/unabhängigen Werbeagenturen 2014

Schicken, faxen oder mailen Sie die Antworten bis zum 27. Februar 2015 an:

Deutscher Fachverlag
Redaktion HORIZONT
Mehrdad Amirkhizi
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt

Fax: 069/7595-1600
Mail: amirkhizi@horizont.net

Beantwortet von (Name, Position, Telefon/Mail):

_____

_____

_____

I. Daten zur Agentur

Agenturname _____

Anschrift _____

Gründungsjahr _____

II. Daten zum Gesamtumsatz in 2014 und 2013

Wieviel Prozent des Umsatzes generierten Sie aus welchen Bereichen?

	2014	2013
Klassische Werbung	_____	_____
Dialog-/Direktmarketing	_____	_____
Vkf / Promotions /PoS	_____	_____
Public Relations	_____	_____
Neue Medien/Online/ E-Commerce	_____	_____
Marktforschung/Analyse	_____	_____
Eventmarketing	_____	_____
Sponsoring	_____	_____
Design	_____	_____
Media	_____	_____
Sonstiges	_____	_____

III Daten zu den Besitzverhältnissen

Name des Hauptgesellschafters

_____ Anteile in Prozent _____

Name weiterer Gesellschafter

_____ Anteile in Prozent _____

_____ Anteile in Prozent _____

_____ Anteile in Prozent _____

_____ Anteile in Prozent _____

_____ Anteile in Prozent _____

IV Umsatz und Mitarbeiterzahl

1. Wie lauten Ihre Gesamteinnahmen (Gross Income in T Euro) für die Jahre 2014 und 2013 aufgeteilt nach den folgenden Bereichen?

	2014	2013
Umsatzbezogene Provisionen		
aus Media	_____	_____
aus Produktion	_____	_____
Honorare / Pauschalhonorare	_____	_____
Projekthonorare	_____	_____
Gesamteinnahmen	_____	_____

2. Wie viel festangestellte Mitarbeiter wurden im Jahresdurchschnitt beschäftigt?

Mitarbeiter 2014 _____ Mitarbeiter 2013 _____

3. Pro-Kopf-Umsatz im Jahresdurchschnitt

2014 _____ 2013 _____

V Daten zu Schwester-/Tochterunternehmen und Kooperationen

1. Sofern in den gemeldeten Umsätzen Anteile inländsicher Schwester- oder Tochtergesellschaften sind: Bitte weisen Sie diese mit dem jeweiligen Umsatzanteil aus.

Firma	Netto-Roheinnahmen	in T Euro	Prozent
_____	_____		_____
_____	_____		_____
_____	_____		_____
_____	_____		_____
_____	_____		_____

2. An welchen Agenturen haben Sie Mehrheitsbeteiligungen? Mit wieviel Prozent?

Firma	Prozent
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

3. An welchen Agenturen haben Sie Minderheitsbeteiligungen? Mit wieviel Prozent?

Firma	Prozent
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

4. Die Umsatzzahlen müssen testiert werden. Bitte ankreuzen!

Ein Prüfungstestat für 2014 liegt bei _____ ____

Ein Prüfungstestat für 2014 wird bis 30. Juni 2015 nachgereicht _____

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Muster-Testat für das Gross Income 2014

Absender des Wirtschaftsprüfers/Steuerberaters
(Firmenstempel)

Bescheinigung für die Agentur:

_____
(vollständiger Agenturname)

Hiermit bestätigen wir die Richtigkeit der im Rahmen der Umsatzerhebung inhabergeführter Werbeagenturen 2014 angegebenen Netto-Roheinnahmen in Höhe von :

..... T Euro

mit ..... Mitarbeitern, das entspricht einen Pro-Kopf-Umsatz von ..... T Euro, geprüft zu haben.

Diese Angaben sind ordnungsgemäß und in Übereinstimmung mit der GWA-Richtlinie „Umsatzberechnungen der Agenturen“ (siehe beigefügte Definition)

.....		.....
Ort, Datum	Unterschrift	des Wirtschaftsprüfers/Steuerberaters

GWA-RICHTLINIE: UMSATZBERECHNUNGEN DER WERBEAGENTUREN

Erfasst werden ausschließlich die Netto-Roheinnahmen (Gross Income), wie sie sich aus der Gewinn- und Verlustrechnung aufgrund des Bilanzrichtliniengesetzes ergeben (die Equivalent-Billings errechnen 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 – vorausgesetzt, das Income ist tatsächlich nach Deutschland geflossen.

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 gleichenErhebungsmethoden 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 gewährtenProvisionen 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. PR, 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 Töchter- bzw. Schwesterunternehmen

4. *Summe der Netto-Roheinnahmen*