Guide Line des Umsatzrankings

Umsatzberechnung bei Agenturen für KIR und Live-Kommunikation

Erfasst werden ausschließlich die Nettoroheinnahmen (Gross Income), wie sie sich aus der Gewinn und Verlustrechnung gemäß Handelsgesetzbuch oder International Financial Reporting Standards (IFRS) ergeben. Angesetzt werden nur Umsätze, die im weiteren Sinne mit Live-Kommunikation zu tun haben und die mittelbar oder unmittelbar mit Kunden abgerechnet werden. Die Nettoroheinnahmen setzen sich zusammen aus (1) umsatzbezogenen Provisionen sowie (2) Honoraren und werden wie folgt ermittelt:

1. Umsatzbezogene Provision

Erfasst werden alle Vermittlungsprovisionen in der effektiv erhaltenen Höhe. Dies gilt sowohl für die direkt von Hotels, Veranstaltungsstätten etc. gewährten Provisionen als auch für Einkäufe von anderen Agenturen aus „Split Commission“. Alle weitergegebenen Provisionen sind als Erlösschmälerung (und nicht als Aufwand) zu behandeln. Erfasst werden auch alle an den Kunden berechneten Provisionen auf die Buchung und Herstellung von Fremdleistungen.

2. Honorare

Dazu zählen alle Honorare wie Konzeptionshonorare, Durchführungshonorare und Kreations- und Beratungshonorare. Erfasst werden auch Zusatzhonorare, wie z. B. Public Relations, Sales Promotion und ähnliches. Anzusetzen sind nur die Honorare in effektiv berechneter Höhe (keine Fremdkosten). Erfasst werden ausschließlich Leistungen, die die Agentur selbst (im eigenen Namen) erbringt. Honorarleistungen im Rahmen von Werkverträgen sind zu berücksichtigen und entsprechend aus dem Gesamtvolumen (z.B. anhand der Auftragskalkulation oder der tatsächlich erbrachten Honorarleistungen) herauszurechnen.

Der Honorarumsatz kann vereinfachend wie folgt berechnet werden: Umsatzerlöse abzüglich Wareneinsatz. Die bezogenen Leistungen für den Einkauf von Honorarkräften (Freelancern, freien Konzeptionern, Regisseuren, Creative-Directoren, Projektleitern, etc.) sollten dann allerdings nicht in den Wareneinsatz einbezogen bzw. sie sollten wieder herausgerechnet und separat angegeben werden, um eine Gleichstellung mit den Unternehmen zu erreichen, die diese Leistungen durch eigenes Personal erbringen.

3. Ausweis des Gross Income

- Inländisch: Honorarumsätze, die das deutsche Unternehmen erwirtschaftet hat. Hierzu gehören auch die Umsätze deutscher Schwester- oder Tochterunternehmen, soweit diese auch im Bereich der Live-Kommunikation aktiv sind. Bei Minderheitsbeteiligungen werden die Umsätze in der Höhe der Beteiligungsquote berücksichtigt.
- Inländisch: Provisionen, die an die Agentur in Deutschland gezahlt wurden
- Ausländisch: Honorarumsätze ausländischer Tochter- / Schwesterunternehmen und Niederlassungen. Bei Minderheitsbeteiligungen werden die Umsätze in Höhe der Beteiligungsquote berücksichtigt (z.B. bei 49%-igem Anteil also in Höhe von 49%).
- Ausländisch: Provisionen, die an ausländische Tochter- / Schwesterunternehmen und ausländische Niederlassungen gezahlt wurden.

4. In das Gross Income sind nicht einzubeziehen:

- Umsatzerlöse, die keine Honorare oder Provisionen sind;
- Sonstige betriebliche Erträge, die nicht zum üblichen Liefer- und Leistungsumfang einer Agentur gehören, z.B.
    a. Erträge aus Skonto, Zinsen etc.
    b. Mieteinnahmen
    c. Veräußerungserlöse aus Anlagenverkäufe
    d. Währungserlöse
    e. Patent- und Lizenzgebühren
- Sonstige erzielte Einnahmen im Außenverhältnis, die nicht dem Agenturzweck entsprechen
- Umsätze, die nicht durch einen externen Auftraggeber initiiert sind
- Erstattete Fremdkosten im Sinne von durchlaufenden Posten, d. h. Kosten, für die die Agentur nur treuhänderisch (auf fremde Rechnung) tätig ist
- Personaldienstleistungen/Einsatzhonorare (z.B. Hostessen-Service)
- Innenumsätze

5. Zeitliche Abgrenzung

In das Ranking gehen die Daten des letzten abgeschlossenen Geschäftsjahres ein.