

Fragebogen zum Internetagentur-Ranking

Der Fragebogen des Internetagentur-Ranking wird auf mehreren Seiten durchgeführt. Eine Registrierung ermöglicht es Ihnen, die Eingabe Ihrer Daten zwischendurch zu unterbrechen und zu einem späteren Zeitpunkt wieder aufzunehmen oder Korrekturen vorzunehmen. Erst auf der letzten Seite der Befragung geben Sie Ihren Fragebogen frei. Hier können Sie auch einsehen, welche Pflichtangaben in Ihrem Fragebogen noch nicht eingetragen wurden.

Zusätzlich erhalten Sie mit der Freigabe Ihrer Angaben eine E-Mail an die von Ihnen angegebene E-Mail-Adresse zur Bestätigung der wesentlichen Angaben.

Bitte beachten Sie, dass zur Teilnahme am Internetagentur-Ranking eine von Ihnen unterzeichnete Ehrenerklärung postalisch vorliegen muss. Sie können sich diese u.a. auf der letzten Seite des Fragebogens herunterladen oder aber auch jederzeit unter www.agenturranking.de.

Ein Rechtsanspruch auf Teilnahme besteht nicht. Zudem ist die Teilnahme an die Vorlage einer testierten Bescheinigung eines Wirtschaftsprüfers/Steuerberaters, sofern angefordert, gebunden. Bei falschen Angaben erfolgt ein Ausschluss aus dem darauffolgenden Ranking.

Bei der Anmeldung:

Die Anmeldung zum Internetagentur-Ranking erfolgt online durch Angaben zur Agentur.

Die Teilnahmebedingungen müssen zustimmend zur Kenntnis genommen worden sein. Voraussetzung für eine Teilnahme ist die ordnungsgemäße Anmeldung, fristgerechte Freigabe des ausgefüllten Fragebogens, sowie die postalische Zusendung der im Original übersandten Ehrenerklärung. Ein Anspruch auf eine Listung im Ranking kann nicht erwirkt werden.

Angaben zu Ihrem Unternehmen:

Bitte geben Sie für Rückfragen sowie die Bestätigungs-E-Mail, neben weiteren Angaben Namen, Telefon, Faxnummer und E-Mail des Bearbeiters an.

Bitte nennen Sie die URL-Adressen Ihrer drei wichtigsten Internet-Referenzprojekte, von denen zumindest eines im letzten Jahr durchgeführt wurde (komplette Gestaltung und Umsetzung inkl. Programmierung).

Fragebogen Seite 1

An welchen Standorten ist Ihre Agentur vertreten?

Bitte geben Sie auch die Zahl der am jeweiligen Standort beschäftigten Mitarbeiter an (inklusive freier Mitarbeiter, Auszubildenden und Praktikanten).

Wie viele Mitarbeiter hatte Ihre Agentur an sämtlichen Standorten in Deutschland im vergangenen Jahr? Agenturen, die zusätzlich zu kundenindividuellen Dienstleistungen rund um die Produktion interaktiver Medien ebenfalls Mitarbeiter im Bereich der klassischen Medien haben, geben bitte nur die Mitarbeiter an, die für die Produktion interaktiver Medien benötigt werden, inklusive zurechenbarer Mitarbeiter aus Geschäftsführung und Verwaltung.

Bitte geben Sie hier die Zahl der festangestellten Mitarbeiter in Jahresarbeitseinheiten (JAE) für das vergangene Jahr an. Jede Vollzeitarbeitskraft, die während des gesamten Berichtsjahres in Ihrem Unternehmen oder für Ihr Unternehmen tätig war, zählt als eine Einheit. Für festangestellte Teilzeitkräfte sowie für festangestellte Personen, die nicht das gesamte Jahr gearbeitet haben, ist jeweils der entsprechende Bruchteil einer Einheit zu zählen.

Zahl der Festangestellten (in JAE)

Wie viele freie Mitarbeiter, Auszubildende / Trainees / Volontäre / Werkstudenten und Praktikanten hatte Ihre Agentur an sämtlichen Standorten in Deutschland jeweils zum Jahresanfang und wie viele zum Jahresende des letzten Jahres?

Freie Mitarbeiter
Auszubildende / Trainees / Volontäre / Werkstudenten
Praktikanten

Wie sind die **festangestellten Mitarbeiter (ohne Freie Mitarbeiter, Auszubildende, Trainees, Volontäre, Werkstudenten, Praktikanten)** auf die nachfolgend genannten Bereiche aufgeteilt?

Beratung/Konzeption/Projektmanagement
Technische Umsetzung (Backend)
Kreative Umsetzung (Frontend)
Inhaltliche Umsetzung (Content)
Usability / Qualitätssicherung
Administration / Verwaltung
Sonstige Bereiche

Wie wird sich die Zahl der **festangestellten Mitarbeiter in Voll- und Teilzeit (ohne Freie Mitarbeiter, Auszubildende, Trainees, Volontäre, Werkstudenten, Praktikanten)** in Ihrer Agentur bis Ende dieses Jahres gegenüber dem Vorjahr voraussichtlich entwickeln?

Die Zahl der Mitarbeiter wird...

...abnehmen um ____ Prozent

...gleich bleiben

...zunehmen um ____ Prozent

...kann ich nicht einschätzen

Fragebogen Seite 2

In welchem Jahr wurde Ihre Agentur gegründet?

Mit welcher der hier aufgeführten Branchenbezeichnungen können Sie sich am ehesten identifizieren? Wenn kein Begriff passt, geben Sie bitte Ihre bevorzugte Bezeichnung an.

- Digitale Wirtschaft
- Internet-/Multimedia-Branche
- Werbe-/Marketing-/Kommunikations-Branche
- E-Business-Branche
- IT-Branche
- Sonstige (bitte benennen)

Fragebogen Seite 3

Nun zum Thema Umsatz:

Wie zeigt sich der Tätigkeitskatalog Ihrer Agentur in Bezug auf den Honorarumsatz: Bitte geben Sie an, wie sich der Honorarumsatz Ihrer Agentur auf die im folgenden genannten Tätigkeitsfelder, Anwendungsbereiche und Zielplattformen verteilt. Bei Aufnahme in das Internetagentur-Ranking qualifiziert sich Ihre Agentur ab einem Umsatzanteil von 30 Prozent für die Teilnahme in einem Subranking dieser Kategorie. Bitte beachten Sie, dass sich die eingestellten Werte zu jeweils 100 Prozent addieren.

Maßgebend ist der Honorarumsatz, der im letzten Kalenderjahr in Deutschland (mit inländischen oder ausländischen Kunden) erwirtschaftet wurde. Zum Honorarumsatz zählen alle in Deutschland erwirtschafteten Honorare und Provisionen mit kundenindividuellen Dienstleistungen rund um die Produktion interaktiver Medien. In den Honorarumsatz einzuberechnen sind ausschließlich die Nettoumsätze ohne MwSt. im Bereich Consulting, Konzeption und Umsetzung von Online-Lösungen im Internet/Intranet sowie von multimedialen Offline-Produkten. Hierunter fallen die Beratungshonorare sowie die Gestaltungs- und sonstigen Honorare plus die Werbemittlungserlöse (Media), die in Summe den Netto-Rohumsätzen (ohne MwSt., abzgl. Rabatte und Boni) entsprechen. Bitte berücksichtigen Sie bei Ihren Überlegungen die Honorarumsätze aus Multimedia- Dienstleistungen, die im letzten Kalenderjahr (nicht Geschäftsjahr) in Deutschland erwirtschaftet wurden.

Tätigkeitsbereiche:

- Beratung/Konzeption/Projektmanagement
- Technische Umsetzung (Backend)
- Kreative Umsetzung (Frontend)
- Inhaltliche Umsetzung (Content)
- Usability/Qualitätssicherung
- Administration/Verwaltung
- Sonstige Bereiche

Anwendungsbereiche:

- Online-/Digitales Marketing allgemein
- E-Commerce
- E-Mail
- Social Media
- Performance Marketing (Search, Affiliate)
- Audio- und Webradio

Online-Games
Entertainment/Infotainment
Sonstige

Zielplattformen:

Internet
Intranet
Mobile Internet (Handy oder sonstige mobile Endgeräte)
Kiosk (Kiosk-Terminals und Präsentationsflächen)
Sonstige

Fragebogen Seite 4

Weiter zum Thema Umsatz:

Im Folgenden soll eine genauere Betrachtung des Honorarumsatzes stattfinden. Um möglichst eindeutige Ergebnisse zu erhalten, werden zusätzlich einige weitere Teilumsätze erhoben. Bitte geben Sie auch die jeweiligen Vorjahreswerte an.

Als wichtigstes rankingrelevantes Kriterium wird der Honorarumsatz für alle in Deutschland erwirtschafteten Honorare und Provisionen mit kundenindividuellen Dienstleistungen rund um die Produktion interaktiver Medien herangezogen. In den Honorarumsatz einzuberechnen sind ausschließlich die Nettoumsätze ohne MwSt. im Bereich Consulting, Konzeption und Umsetzung von Online-Lösungen im Internet/Intranet sowie von multimedialen Offline-Produkten. Hierunter fallen die Beratungshonorare sowie die Gestaltungs- und sonstigen Honorare plus die Werbemittlungserlöse (Media), die in Summe den Netto-Rohumsätzen (ohne MwSt., abzgl. Rabatte und Boni) entsprechen.

Eine exakte Auflistung finden Sie [hier](#)

Bitte geben Sie den Betrag (in Euro) exakt **ohne jegliche Trennzeichen** (wie bspw. Dezimalpunkte oder Komma) ein. Ein Umsatz von 2 Million 500 Tausend Euro würde demnach als 2500000 angegeben werden. Angaben in Cent finden keine Berücksichtigung.

Ausgewiesen wird im Ranking der Honorarumsatz in Deutschland ohne den Umsatz aus Dienstleistungen für verbundene Unternehmen/Agenturen und Umsätze mit Auslandsniederlassungen (hier rot markiert). Die Meldung kann nach HGB oder IFRS erfolgen.

	Im Kalenderjahr 2011	Im Kalenderjahr 2010
Gesamtumsatz		
davon Honorarumsatz aus der Produktion interaktiver Medien (wie in den Teilnahmebedingungen angegeben)		
davon Honorarumsätze mit verbundenen Unternehmen und/oder verbundenen Agenturen (Mütter, Töchter, Schwester)		
Bitte geben Sie diese namentlich an		
Davon Honorarumsätze mit Auslandsniederlassungen (sofern im Honorarumsatz enthalten)		
Ergibt den Rankinghonorarumsatz (der ausgewiesen wird):		

Wenn der gemeldete Honorarumsatz Umsätze von Tochterfirmen konsolidiert (Konzernumsatz), um welche Unternehmen handelt es sich?

Außerdem wird abgefragt:

	Im Kalenderjahr 2011	Im Kalenderjahr 2010
Gesamtumsatz		
Davon Honorarumsätze mit Fremdagenturen		
Bitte geben Sie diese namentlich an		
Aufwand/Leistungen an Fremdagenturen		

Fragebogen Seite 5

Betreuen Sie für Ihre Kunden auch die Mediaplanung für Online- Kampagnen auf Werbeträgern?

Wenn ja: Wie hoch war das für Online-Werbeplatzierungen insgesamt von Ihnen betreute Budget (brutto) für die nachfolgenden Werbeformen (Informationen zu den einzelnen Werbeformen finden Sie [hier](#)) im letzten Jahr?

Ungefähre Angaben genügen, die Werte haben keinen Einfluss auf die Position im Ranking.

- In-Page Ad - Non Video
- In-Page Ad - Video
- In-Stream Video Ad

Haben Sie im letzten Jahr Unternehmen/Agenturen übernommen oder Unternehmensteile verkauft? Wenn ja: Wann wurde die Änderung im Konzernergebnis umsatzwirksam?

Fragebogen Seite 6

Neben der Höhe der erwirtschafteten Honorarumsätze ist es auch von Bedeutung, in welchen Umfang Ihre Agentur diese Leistungen selbst, bzw. durch Partnerunternehmen erbringen lässt.

Bitte geben Sie an, welcher Prozentsatz ihres Honorarvolumens über die aufgeführten Outsourcing-Optionen erbracht wird. Ungefähre Angaben genügen, die Werte haben keinen Einfluss auf die Position im Ranking.

- Outsourcing an Freelancer
- Outsourcing an Partnerunternehmen
- Outsourcing in Niedriglohnländer
- Outsourcing an eigene Auslandsniederlassungen

Wie wird sich der Jahresumsatz Ihrer Agentur bis Ende diesen Jahres gegenüber dem Vorjahr voraussichtlich entwickeln?

Der Umsatz wird in diesem Jahr...

- ...abnehmen um ____ Prozent
- ...gleich bleiben
- ...zunehmen um ____ Prozent
- ...kann ich nicht einschätzen

Wie wichtig schätzen Sie die nachfolgenden Faktoren für Ihre Agentur ein, um bei potenziellen Kunden in die engere Auswahl zu kommen?

- Word-of-Mouth/persönliche Empfehlung
- Referenzen bisheriger Projekte/Kampagnen
- Garantien
- Preise/Auszeichnungen (z.B. [DMMA OnlineStar](#))
- Rankings (z.B. [Internetagentur-Ranking](#))
- Zertifikate/Gütesiegel (z.B. [BVDW Qualitätszertifikat für Agenturen](#))
- Angebote zur Anbietersuche (z.B. [BVDW Anbietersuche](#))

Welchen Anteil haben die nachfolgend genannten Kategorien von Auftraggebern am Umsatz Ihrer Agentur? Bitte geben Sie eine grobe Aufteilung in Prozent an.

- Unternehmen aus der Wirtschaft
- Öffentliche Auftraggeber
- Verbundene Unternehmen/Agenturen (Mutter, Töchter, Schwestern)
- Sonstige Auftraggeber

Welchen Anteil haben die nachfolgend genannten Branchen von Auftraggebern am Umsatz Ihrer Agentur? Bitte geben Sie eine grobe Aufteilung in Prozent an.

- Bauwirtschaft
- EDV
- Energie
- Ernährung / Getränke
- Finanzen
- Freizeit & Sport
- Handel & Versand

- Haus & Garten
- Land-, Forst-, Jagdwirtschaft
- Industrielle Verbrauchsgüter
- Investitionsgüter
- Kraftfahrzeugmarkt
- Kunst & Kultur
- Körperpflege
- Medien
- Persönlicher Bedarf
- Pharmazie
- Reinigung
- Telekommunikation
- Textilien & Bekleidung
- Touristik
- Unterhaltungselektronik
- Verkehrsmittel
- Versicherungen
- Sonstige Branche, und zwar: _____

Fragebogen Seite 7

Nachfolgend präsentieren wir einige Thesen zur digitalen Wirtschaft. Bitte geben Sie an, wie sehr Sie mit Ihnen übereinstimmen. (Skala von 1 bis 5)

- Die wachsende Komplexität der digitalen Welt begünstigt eine Entwicklung hin zu integrierten Kommunikationsagenturen, die in der Lage sind, alle Bereiche abzudecken.
- Online-Agenturen werden in Zukunft vermehrt als Lead-Agenturen eingesetzt werden
- Die diesjährige Konjunktur hat keine nennenswerten Auswirkungen auf mein Agenturgeschäft gehabt.
- Im Vergleich zum Vorjahr steigt die Bereitschaft der Kunden, neue Aufträge zu erteilen.
- Es ist schwierig, geeignetes Personal und Fachkräfte zu finden.
- Kreativwettbewerbe haben künftig eine sehr hohe Bedeutung für uns.
- Die Qualitätszertifizierung wird für Agenturen und Dienstleister immer wichtiger.
- Die Erfolgsmessung von Online-Kampagnen ist für uns ein wichtiges Argument in der ROI-Diskussion.
- Unsere Kunden wünschen sich vermehrt qualitative Werbeformate und Image-Kampagnen.
- Die Konvergenz von Internet und TV nimmt stärker zu.
- Unsere Kunden beschäftigen sich zunehmend mit der Frage nach dem Datenschutz.

Nachfolgend haben wir einige Thesen zu Anwendungen und Entwicklungen der digitalen Branche aufgeführt. Bitte geben Sie an, wie sehr Sie mit Ihnen übereinstimmen. (Skala von 1 bis 5)

- Social Media zählt künftig zu den wichtigsten Bestandteilen von ganzheitlichen Strategien.
- Die Kunden fordern kreative und attraktive Lösungen in der Umsetzung von Mobile Apps.

- Mobile Advertising erlebt in diesem Jahr den Durchbruch
- Location Based Services (LBS) spielen für unsere Kunden keine Rolle.
- Klassisches TV sowie Internet-TV, WebTV und IPTV werden künftig durch Social TV auf dem Fernsehbildschirm abgelöst.

Fragebogen Seite 8

Eventuell gibt es hier Angaben, welche Pflichtinformationen noch von Ihnen nachgetragen werden müssen. Außerdem wird ein Link genannt, mit dem man erneut auf den Fragebogen zugreifen und diesen ergänzen kann

Nach Nennung sämtlicher Pflichtangaben erfolgt auf dieser Seite die finale Freigabe des Fragebogens.

MUSTER