

## 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](http://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?

Strategie/Beratung  
Account-/Projektmanagement  
User Experience Design/Konzeption  
User Interface Design/Art Direction  
Social Media Kreation/Management  
Content Development/Redaktion  
Technische Umsetzung/Development  
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 Gesamtdigitalumsatz: Bitte geben Sie an, wie sich der Gesamtdigitalumsatz 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 Gesamtdigitalumsatz, der im letzten Kalenderjahr in Deutschland (mit inländischen oder ausländischen Kunden) erwirtschaftet wurde. Zum Gesamtdigitalumsatz zählen alle in Deutschland erwirtschafteten Honorare und Provisionen mit kundenindividuellen Dienstleistungen rund um die Produktion

interaktiver Medien. In den Gesamtdigitalumsatz einzuberechnen sind ausschließlich die Nettoumsätze ohne MwSt. im Bereich Consulting, Konzeption und Umsetzung von digitalen Lösungen 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 digitalen Dienstleistungen, die im letzten Kalenderjahr (nicht Geschäftsjahr) in Deutschland erwirtschaftet wurden.

Tätigkeitsbereiche:

Strategie/Beratung  
Account-/Projektmanagement  
User Experience Design/Konzeption  
User Interface Design/Art Direction  
Social Media Kreation/Management  
Content Development/Redaktion  
Technische Umsetzung/Development  
Qualitätssicherung  
Administration / Verwaltung  
Sonstige Bereiche

Anwendungsbereiche:

Digitale Transformation und Strategie  
Digitale Werbung/Kommunikation  
Plattformen, E-Commerce und Services

#### Fragebogen Seite 4

Weiter zum Thema Umsatz:

Im Folgenden soll eine genauere Betrachtung des Gesamtdigitalumsatzes 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 Gesamtdigitalumsatz für alle in Deutschland erwirtschafteten Honorare und Provisionen mit kundenindividuellen Dienstleistungen rund um die Produktion interaktiver Medien herangezogen.

In den Gesamtdigitalumsatz 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 Gesamtdigitalumsatz 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 2019	Im Kalenderjahr 2018
<b>Gesamtumsatz</b>			
	Davon <b>Gesamthonorarumsatz</b> (wie in den Teilnahmebedingungen angegeben)		
	davon <b>Gesamtdigitalumsatz aus der Produktion interaktiver Medien</b> (wie in den Teilnahmebedingungen angegeben)		
	davon <b>Digitalumsätze mit verbundenen Unternehmen und/oder verbundenen Agenturen</b> (Mütter, Töchter, Schwester)		
	Bitte geben Sie diese namentlich an		
	Davon <b>Honorarumsätze mit Auslandsniederlassungen</b> (sofern im Gesamthonorarumsatz enthalten)		
Ergibt den <b>Rankingumsatz</b> (der ausgewiesen wird):			

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

Außerdem wird abgefragt:

		Im Kalenderjahr 2019	Im Kalenderjahr 2018
<b>Gesamtumsatz</b>			
	Davon <b>Honorarumsätze mit Fremdagenturen</b>		
	Bitte geben Sie diese namentlich an		
<b>Aufwand/Leistungen an Fremdagenturen</b>			

### Fragebogen Seite 5

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 welchem 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 dieses Jahres gegenüber dem Vorjahr voraussichtlich entwickeln?

Der Umsatz wird in diesem Jahr...

...abnehmen um \_\_\_\_Prozent

...gleich bleiben

...zunehmen um \_\_\_\_Prozent

...kann ich nicht einschätzen

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 zu Entwicklungen und Trends in der digitalen Wirtschaft. Bitte geben Sie an, wie sehr Sie mit Ihnen übereinstimmen. (Skala von 1 bis 5)

1. **Digitale Transformation:** Auch das kommende Jahr wird ganz im Zeichen der Digitalen Transformation stehen. Immer mehr Kanäle, Schnittstellen und Prozesse werden künftig miteinander vernetzt und optimiert.
2. **Internet of Things:** Die Vernetzung von Geräten und Sensoren wird weiter voranschreiten und das Internet of Things zu einem der wichtigsten Geschäftsmodelle der nächsten Jahre machen.
3. **Augmented Reality/VR:** Anwendungen mit dem Einsatz von Augmented Reality und Virtual Reality stoßen beim User auf großes Interesse und werden in den nächsten Jahren immer häufiger eingesetzt.

4. **Influencer Marketing:** Influencer Marketing professionalisiert sich immer weiter. Unternehmen nutzen Influencer verstärkt, um Produkte und Services unmittelbar zu bewerben und eine intensivere, längerfristige Kommunikation mit dem Kunden aufzubauen.
8. **Real-time personalized Marketing:** In den kommenden Jahren wird Real-time personalized Marketing eine immer größere Rolle spielen. Werbung, die nicht individuell auf den User zugeschnitten ist und in Echtzeit ausgespielt wird, wird nur noch wenig auf Akzeptanz stoßen.
9. **Conversational Commerce:** Im Sinne des Conversational Commerce wird der Dialog mit dem User zukünftig über mehrere (Sprach-)Schnittstellen wie z.B. Chat- und Messaging-Dienste oder Bots geführt.
10. **KI:** Machine Learning und künstliche Intelligenz werden Wirtschaft und Gesellschaft tiefgreifend verändern und auch im Marketing eine große Rolle spielen.
11. Die diesjährige **Konjunktur** hat keine nennenswerten Auswirkungen auf mein Agenturgeschäft gehabt.
12. Das Thema **New Work** in all seinen Facetten beschäftigt unsere Agentur-mitarbeiterinnen und -mitarbeiter sehr und hat Einfluss auf die Wahrnehmung unserer Agenturmarke.
13. Die größte Herausforderung für unsere Agentur ist es, **fachlich geeignete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** zu finden.
14. Der **Konsolidierungstrend im Agenturmarkt** betrifft mein Unternehmen nicht.
15. Unsere **Arbeitsweise mit Kunden** hat sich in den letzten Jahren verändert und ist nicht mehr so sehr durch die Wasserfallmethode, sondern mehr durch eine **agile Arbeitsweise und Zusammenarbeit** geprägt.
16. Wir arbeiten bei **digitalen Transformationsprojekten** und bei Produktinnovationen immer mehr mit einem fest-dezidierten **Agentur/Kunde-Team** zusammen.
17. Wir setzen uns aktiv mit dem Thema **Nachhaltigkeit** auseinander und sehen darin einen Vorteil für die Kommunikation unserer Agenturmarke gegenüber Kunden und Mitarbeitern.

#### 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.