



Teilnahmebedingungen zum Internetagentur-Ranking 2025

Präambel:

Das Internetagentur-Ranking des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist das jährliche Branchenbarometer der deutschen Internet-Agenturlandschaft und wird seit 2001 jährlich vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. durchgeführt und gemeinsam mit den Kooperationspartnern [Hightext iBusiness](#), [Werben & Verkaufen](#) und [HORIZONT](#) veröffentlicht. Das Internetagentur-Ranking ist ein redaktioneller Beitrag zum wertungsfreien Ranking von Internetagenturen und listet in einem ersten Schritt nach digitalem Honorarumsatz und in einem zweiten Schritt nach festangestellten Mitarbeitern. Zum Ranking zugelassen sind Dienstleistungsunternehmen, die aus ihrem eigenen Verständnis heraus ausschließlich bzw. zu einem deutlich mehrheitlichen Teil digitale Agentur-Leistungen anbieten. Das Internetagentur-Ranking ist ein wertungs-freies Ranking und dient ausschließlich dem Ziel, einen Überblick über den speziellen Markt der Internetagenturen in Deutschland, nicht aber den sonstigen digitalen Dienstleistungen am Markt zu verschaffen. Ein rechtlicher Anspruch auf Teilnahme besteht nicht.

Wer ist zum Ranking zugelassen?

Zum Ranking zugelassen sind Internetagenturen. Diese bilden mehrere Ebenen der Wertschöpfungskette ihrer externen Kunden im Internet ab. Im Kern sind sie mit der gesamthaften Konzeption, Kreation und technischen Realisierung von digitalen Lösungen betraut. Dafür halten die Agenturen eigenes Personal bereit. **Agenturen in diesem Sinne sind insbesondere nicht Media-Agenturen, Performance-Agenturen, Unternehmensberatungen, IT-Systemhäuser oder Softwarehersteller.** Mit diesem Kerngeschäft werden mindestens 60 Prozent des Gesamthonorarumsatzes einer Internetagentur erwirtschaftet (Gesamtdigitalumsatz). Liegt der Gesamtdigitalumsatz unterhalb von 60% der Gesamthonorarumsatzes, wird das Unternehmen nicht zum Ranking zugelassen. Weiterhin werden Unternehmen nicht zum Ranking zugelassen, die mehr als 60% ihres Gesamtdigitalumsatzes mit einem einzelnen Kunden erwirtschaften.

Berücksichtigt werden bei Agenturgruppen (Holdings) neben dem eigenen Gesamtdigitalumsatz auch die Gesamtdigitalumsätze sämtlicher Tochtergesellschaften, bei denen eine Mehrheitsbeteiligung über 50 Prozent besteht. Die betreffenden Tochteragenturen dürfen in diesem Falle selbst nicht noch einmal einzeln am Ranking teilnehmen.

Umsätze, die eine Agentur mit ihrer Muttergesellschaft oder mit Tochtergesellschaften der gemeinsamen Muttergesellschaft erwirtschaftet (sofern es sich um verbundene Unternehmen im Sinne des § 15 des AktG handelt), sind NICHT für das Ranking berücksichtigungsfähig und müssen aus dem zu meldenden Gesamtdigitalumsatz herausgerechnet werden.



Teilnehmen dürfen ausschließlich juristische Personen oder Personenvereinigungen. Natürliche Personen sind nicht zugelassen. Dem Veranstalter steht es frei, über die Zulassung oder Ablehnung auf Grundlage der Teilnahmebedingungen frei zu entscheiden. Er kann einen Bewerber ausschließen, wenn auch innerhalb einer Woche nach Aufforderung wegen berechtigten Interesses keine Nachweise über die Erfüllung der Agentur-Kriterien gemäß Definition Internetagenturen oder der Umsatzaufschlüsselung in Textform (z.B. E-Mail), vorgelegt wird.

Welche Angaben finden im Ranking Berücksichtigung?

Gerankt wird in einem ersten Schritt nach Gesamtdigitalumsatz und in einem zweiten Schritt nach Mitarbeitern. Rankingrelevant sind die Angaben im Fragebogen zum Honorarumsatz und zu den festangestellten Mitarbeitern.

Informationen zum Testat

Die ersten 50 Internetagenturen des Rankings müssen die Testat-Vorlage von einem Wirtschaftsprüfer oder einem Steuerberater bescheinigen lassen. Als Bescheinigung wird ausschließlich die vorgefertigte Testat-Vorlage akzeptiert. Etwaige Kosten für das Ausfüllen des Testats tragen die Unternehmen selbst. Darüber hinaus können stichprobenartig bei weiteren Teilnehmern Testate angefordert werden. Teilnehmende Agenturen sind verpflichtet identische Angaben im Online-Fragebogen als auch im Testat vorzulegen. Nachträgliche Änderungen nach Veröffentlichung des Rankings sind nicht gestattet. Falls Zweifel an der Richtigkeit der Angaben bestehen sollten, behält sich der Beirat zwecks Prüfung vor, die aktuelle Bilanz des Unternehmens anzufordern. Anschließend hat die Agentur bei abweichenden Angaben die Möglichkeit, den Sachverhalt aufzuklären und ggf. zu korrigieren. Sofern weiterhin begründete Zweifel an der Richtigkeit der Angaben bestehen, behält sich der Beirat vor die Agentur nicht ins Ranking aufzunehmen. Die Agentur ist in diesem Fall von einer erneuten Teilnahme im darauffolgenden Ranking ausgeschlossen. Agenturen die das Testat nach Ablauf der vom BVDW vorgegebenen Frist oder gar nicht einreichen sind ebenfalls im darauffolgenden Ranking ausgeschlossen.

Was muss bei den Angaben zum Honorarumsatz berücksichtigt werden?

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. Maßgebend ist der **Honorarumsatz, der im letzten Kalenderjahr (nicht Geschäftsjahr!)** in Deutschland (mit inländischen oder ausländischen Kunden) erwirtschaftet wurde. Die Meldung kann nach HGB oder IFRS erfolgen. 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 **zuzüglich der Werbemittlungserlösen (für Media – keine Media-Budgets, keine Media-Umsätze)**, die in Summe den Netto-Rohumsätzen (ohne MwSt., abzüglich Rabatte und Boni) entsprechen.



Detaillierte Auflistung der Dienstleistungen für den rankingrelevanten Honorarumsatz:

Teil I: Analyse und Strategie

- Ist-Analyse
- Soll-Analyse

Teil II: Konzeption

- Basis-Konzept (Inhaltlich, strategisch, technisch, gestalterisch)
- Systemanalyse (Systemanforderungen, Systemarchitektur, Betriebsinfrastruktur)
- Sicherheitskonzept
- Konzept (Produktionsumgebung, Produktionsprozesse, Geschäftsprozesse, Organisation, etc.)
- Vertriebskonzept
- Konzept (Navigation, Benutzerführung, Interface/Screen Design, Style Guide, Storyboard etc.)
- Feinkonzeption nach Re-Briefing

Teil III: Realisierung und Implementierung

Produktion

- Text
- Recherche, Beschaffung und Selektion Text
- Text-Erstellung / -Überarbeitung
- Beschaffung Rechte und Lizenzen
- Pflege Content
- Redaktion
- Aktualisierung

Grafik

- Recherche, Beschaffung und Selektion Grafik
- Grafik-Produktion
- Screen Design
- Animation
- Digitalisierung (Einrichtung je Sequenz)
- Konvertierung, Bearbeitung
- Recherche, Beschaffung und Selektion Bild
- Bild-Produktion
- Scannen, Nachbearbeitung
- Beschaffung Rechte und Lizenzen

Audio

- Recherche, Beschaffung und Selektion Audio
- Audio-Produktion
- Beschaffung Rechte und Lizenzen



Teil III: Realisierung und Implementierung

Video

- Recherche, Beschaffung und Selektion Video
- Audio-Produktion
- Beschaffung Rechte und Lizenzen

Datenbank

- Datenbank-Design
- Datenbank-Erstellung
- Anpassung vorhandener Datenbank

Abnahme (ggf. Korrektur Kundenwünsche)

- Programmierung
- Software-Entwicklung
- Einrichtung Entwicklungsumgebung
- Konfiguration Standard-Software
- Coding und Skripting
- Software-Dokumentation
- System Implementierung
- Einrichtung Betriebsplattform
- Implementierung System
- Anbindung der umliegenden Systeme
- Einspielung Daten
- Pilotbetrieb
- Beschaffung Rechte und Lizenzen
- IT/Systemadministration
- Beantragung Domain
- Einrichtung Server
- Site-Marketing
- Web-Announcing und Site-Promotion
- Tracking und Erfolgskontrolle
- Erstellung Statistik und Dokumentation
- Bewertung der Maßnahmen
- Wartung
- Datensicherung
- Systemadministration
- Hotline bzw. Help-Desk
- Beschaffung Rechte und Lizenzen



Teil IV: Einsatz und Distribution

Qualitätsmanagement

- Qualitätsmanagement
- Qualitätsplanung
- Definition Qualitätsmerkmale
- Festlegung Qualitätskenngrößen und Zielwerte
- Festlegung Methoden und Techniken
- Auswahl Werkzeuge
- Testplanung
- Festlegung Vorgehensmodell

Qualitätssicherung

- Testvorbereitung
- Testdurchführung
- Testbericht
- Auftraggeber–Auftragnehmer–Kontakt
- Abstimmungen
- Workshops
- Präsentationen
- Reviews
- Audits

Projektmanagement

- Ressourcenplanung
- Projektorganisation
- Risikoanalyse
- Projektstrukturplanung
- Beschaffung Rechte und Lizenzen
- Zeit- und Meilensteinplanung
- Erstellung Kalkulation/Budgetierung
- Reporting
- Projekt–Controlling/–Überwachung/–Steuerung
- Change–Management
- Risikomanagement
- Projektdokumentation
- Abschluss
- Projekt–Review
- Endbericht

Online–Media

- Konzept
- Beratung
- Mediaauswahl
- Mediaplanung
- Mediaeinkauf (kein Media–Budget/keine Media–Umsätze)



Teil IV: Einsatz und Distribution

Schulung

- Entwicklung Konzept
- Klärung Anwendungskontext
- Schulungskonzept
- Durchführung
- Erstellung Schulungsunterlagen
- Durchführung Mitarbeiterschulung
- Train-the-Trainer
- Nachbereitung
- Erfolgskontrolle

Im Folgenden eine Liste der Leistungen, die **NICHT** in die Honorarumsätze eingerechnet werden dürfen.

Unter die Leistungen, die NICHT als rankingrelevante Honorarumsätze gemeldet werden dürfen, fallen:

- Media-Budget/Media Umsätze
- Hosting- und Providing-Leistungen (z.B. Zugangs- und Speicherdienstleistungen)
- Umsätze, die eine Agentur mit ihrer Muttergesellschaft oder mit Tochtergesellschaften der gemeinsamen Muttergesellschaft erwirtschaftet (sofern es sich um verbundene Unternehmen im Sinne des § 15 des AktG handelt)
- Erlöse aus dem Betrieb eigener Websites (z.B. Nutzungsgebühren, Werbeeinnahmen, Online-Handel)
- Erlöse aus dem Betrieb fremder Websites (z.B. Nutzungsgebühren, Werbeeinnahmen)
- Umsätze aus Dritteleistungen wie Lizenzen, Hard- oder Software
- Umsätze, Honorare oder Provisionen aus sämtlichen Offline-Aktivitäten, die keinen multimedialen Hintergrund haben
- Medienreplikation / Packaging
- Personalvermittlung
- Netzwerkadministration
- EDV-Dienstleistungen

Was muss bei den Angaben zur Anzahl der Mitarbeitenden berücksichtigt werden?

Alle festangestellten Mitarbeitenden, die zum Angebot der Agentur im digitalen Bereich beitragen, finden im Ranking Berücksichtigung. Bei den festangestellten Mitarbeitenden-Angaben wird die Zahl der festangestellten Mitarbeitenden in Jahresarbeitseinheiten (JAE) für das vergangene Jahr angegeben. Jede Vollzeitarkbeitskraft, die während des gesamten Berichtsjahres in der Agentur oder für die Agentur 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. Im Unternehmen mitarbeitende Gesellschafter/Geschäftsführer sind ebenfalls mitzuzählen, auch wenn diese keine Angestellten sind. Im Unternehmen mitarbeitende Gesellschafter/Geschäftsführer schlagen Sie bitte dem Bereich zu, in dem diese schwerpunktmäßig tätig sind.