

Richtlinien und Reglement betreffend

Beraterkommissionen

gültig für die APG|SGA AG sowie deren Tochter- und Segmentgesellschaften
(nachfolgend "APG|SGA") in der Schweiz

Inhaltsverzeichnis:

Richtlinien

1. Zweck	3
2. Voraussetzungen der Kommissionsberechtigung	3
2.1. Berater und kommissionsberechtigte Agenturen	3
2.2. Voraussetzungen auf Seiten der Agentur	3
2.2.1. Mehrwertsteuerpflicht	3
2.2.2. Unabhängigkeit	3
2.2.3. Full-Service Dienstleistungen	3
2.3. Voraussetzungen auf Seiten des Beraters	4
2.3.1. Fachliche Voraussetzungen	4
2.3.2. Hauptberufliche Beratertätigkeit	4
3. Erlöschen der Kommissionsberechtigung	4
4. Verfahren	5
5. Schlussbestimmungen	5

Reglement

5

1. Zweck

Diese Richtlinien legen fest, welche Werbe-, PR-, Media- und Web-Agenturen kommissionsberechtigt sind.

Die APG|SGA gewährt Werbe-, PR-, Media- und Web-Agenturen (nachfolgend "Agenturen") eine Vergütung (sogenannte Kommission, auch Beraterkommission BK genannt) für Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Schaltung von digitalen und analogen Plakaten.

Die Kommission stellt eine Honorierung der fachlich einwandfreien Dienstleistungen (Beratung, Konzeption, Ausführung, Kontrolle, Administration) dar, welche die kommissionsberechtigten Agenturen gegenüber Kunden sowie der APG|SGA erbringen.

Die Richtlinien regeln die **Voraussetzungen** (2) und das **Verfahren** (4) für die Erteilung der Kommissionsberechtigung sowie - zusammen mit dem Reglement über die Geschäftsbeziehungen zwischen den Werbe-, PR-, Media- und Web-Agenturen und der APG|SGA - die Rechte und Pflichten der kommissionsberechtigten Agenturen.

2. Voraussetzungen der Kommissionsberechtigung

2.1. Berater und kommissionsberechtigte Agenturen

Die Kommissionsberechtigung wird einer Agentur erteilt, sofern die Agentur und der von dieser bezeichnete Kommissionsträger (nachfolgend: "Berater") die nachstehenden Voraussetzungen erfüllen.

Die Kommissionsberechtigung der Agentur ist an den Berater gebunden. Dessen Ausscheiden aus der kommissionsberechtigten Agentur oder der Wegfall der Voraussetzungen auf Seiten der Agentur führen zu einem erneuten Verfahren auf Anerkennung der Kommissionsberechtigung.

2.2. Voraussetzungen auf Seiten der Agentur

2.2.1. Mehrwertsteuerpflicht

Nicht mehrwertsteuerpflichtige Agenturen sind von der Kommissionsberechtigung ausgeschlossen.

2.2.2. Unabhängigkeit

Die Agentur muss von Auftraggebern, Werbegesellschaften und Werbeträgern unabhängig sein und darf mit solchen weder in rechtlicher noch in organisatorischer, personeller oder in wirtschaftlicher Hinsicht verbunden sein. Insbesondere schliesst die Einbindung der Agentur in Werbeabteilungen von Auftraggebern, in Werbegesellschaften oder in Medienunternehmen die Kommissionsberechtigung aus.

2.2.3. Full-Service Dienstleistungen

Die Agentur muss fachgerechte Dienstleistungen im Sinne des " Full-Service" erbringen, bestehend aus Beratung, Konzeption, Ausführung, Kontrolle und Administration von Plakat-Werbung als Teil oder als ausschliessliche Kommunikationsmassnahme ihrer Werbeauftraggeber. Dienstleistungen in Teilgebieten wie z.B. im Druck, in der Programmierung von Web-Sites, in der Graphik, im Web-Design, in der Fotografie, im Texten, im Sponsoring, im Directmailing, in der Unternehmensberatung sowie im Product-Placement etc. schliessen die Kommissionsberechtigung aus, sofern die genannten Dienstleistungen gegenüber den " Full-Service"-Dienstleistungen überwiegen.

2.3. Voraussetzungen auf Seiten des Beraters

2.3.1. Fachliche Voraussetzungen

Bei Agenturen, die Mitglieder des Branchenverbandes Schweizer Werbe- und Kommunikationsagenturen (BSW), Aktivmitglieder der Allianz Schweizer Werbeberater (ASW), Mitglieder der Interessengemeinschaft Mediaagenturen (IGMA) oder Mitglieder des Bundes der PR-Agenturen der Schweiz (BPRA) sind, gelten die fachlichen Voraussetzungen der von diesen genannten Beratern ohne weiteres als erfüllt.

Berater, die Ehren-, Frei- oder Passiv-Mitglieder des Branchenverbandes Schweizer Werbe- und Kommunikationsagenturen (BSW/ASW) sind, oder die im Berufsregister der Schweizerischen Public Relations Verband (SPRV) eingetragen sind, erfüllen die fachlichen Voraussetzungen ohne weiteres.

Inhaber eines eidgenössischen Diploms als Kommunikationsleiter oder als PR-Berater erfüllen die fachlichen Voraussetzungen ohne weiteres.

Inhaber eines eidgenössischen Fachausweises als Kommunikationsplaner oder als PR-Fachfrau / PR-Fachmann müssen sich nach Erwerb des Fachausweises über eine ununterbrochene, hauptberufliche Beratertätigkeit von mindestens zwei Jahren in den folgenden Funktionen ausweisen:

- selbständiger Werbe-, PR-, Media- oder Web-Berater
- "Account Executive" in einer Werbe-, PR-, Media- oder Web-Agentur
- "Account Executive" in der Werbe- oder PR-Abteilung einer wichtigen Unternehmung.

Diese Beratertätigkeiten sind kumulierbar.

Über die Gleichwertigkeit von vorstehend nicht aufgeführten Diplomen oder von Mitgliedschaften in vorstehend nicht genannten Branchenverbänden entscheidet der Leiter Werbemarkt & Segmentgesellschaften der APG|SGA abschliessend.

Alle übrigen Berater müssen eine ununterbrochene, praktische Beratertätigkeit von mindestens fünf Jahren in den oben umschriebenen Funktionen aufweisen können. Die Tätigkeiten sind kumulierbar. Die fünfjährige Frist kann sich für diejenigen Berater auf vier Jahre reduzieren, die sich über den Besuch von Kursen in von der Werbebranche anerkannten Institutionen (z. B. SAWI) ausweisen können.

2.3.2. Hauptberufliche Beratertätigkeit

Der Berater muss seine Beratertätigkeit im Rahmen der Agentur, welche um die Kommissionsberechtigung nachsucht, hauptberuflich vornehmen.

3. Erlöschen der Kommissionsberechtigung

Die Kommissionsberechtigung erlischt,

- wenn die Agentur von sich aus die Streichung von der Liste der kommissionsberechtigten Agenturen beantragt;
- wenn die Voraussetzungen, welche zur Kommissionserteilung führten, auf Seiten der Agentur oder des Beraters nicht mehr gegeben sind;
- wenn die Agentur insolvent wird;
- wenn der durch die Agentur bei der APG|SGA während dreier aufeinanderfolgender Jahre getätigte Umsatz nicht mindestens gesamthaft CHF 10'000 erreicht;
- oder gegen die "Allgemeinen Geschäftsbedingungen der APG|SGA" oder die Grundsätze der Schweizerischen Kommission für die Lauterkeit in der Werbung verstösst.

4. Verfahren

Der zentrale Verkaufsservice von APG|SGA führt eine Liste der Berater und kommissionsberechtigter Agenturen und aktualisiert diese regelmässig in Zusammenarbeit mit dem Verkauf.

Der Leiter Verkaufsservice (bzw. dessen Stellvertretung) entscheidet über die Kommissions-Berechtigung eines Beraters bzw. einer Agentur.

In unklaren Fällen entscheidet der Leiter Werbemarkt & Segmentgesellschaften der APG|SGA abschliessend.

Diese Richtlinien werden auf der Internetseite der APG|SGA publiziert

5. Schlussbestimmungen

Soweit in den vorliegenden Richtlinien nicht neutrale Personenbezeichnungen gewählt worden sind, bezieht sich die männliche oder die weibliche Form auch auf Personen des anderen Geschlechts.

Die vorliegenden Richtlinien treten am 1. Juli 2015 in Kraft

Reglement

über die Geschäftsbeziehungen zwischen kommissionsberechtigten Werbe-, PR-, Media- und Web-Agenturen und der APG|SGA

1. Die kommissionsberechtigten Werbe-, PR-, Media- und Web-Agenturen erteilen ihre Schaltungen von digitalen und analogen Plakaten im Namen und auf Rechnung ihrer Werbeauftraggeber. Sie sind jederzeit in der Lage, gegenüber dem Werbeauftraggeber ihrer Rechenschafts- und Ablieferungspflicht nachzukommen.
2. Auftragsbestätigungen und Fakturen stellt die APG|SGA auf den Namen des Werbeauftraggebers aus, senden sie jedoch an die Agentur.
3. Eine Kommission wird nur auf Aufträgen gewährt, für die der Schweizertarif berechnet wird. Die Gewährung einer Kommission kann im Rahmen bestimmter Angebote, Produkte und Dienstleistungen von APG|SGA ausgeschlossen werden.
4. Die Kommission wird vom Nettopreis (Bruttopreis minus Volumenrabatt) vergütet und beträgt beim Schweizerpreis 5% . Die Agentur schreibt sie dem Werbeauftraggeber vollumfänglich gut oder verrechnet sie mit dem Beratungshonorar.

«Dieses Reglement ist übersetzt ins Französische, Italienische und Englische. Ergeben sich aus den Übersetzungen Verständnis- und Auslegungsprobleme, gilt ausschliesslich die deutsche Fassung.»