

GPRA-AGENTUREN ALS ARBEITGEBER



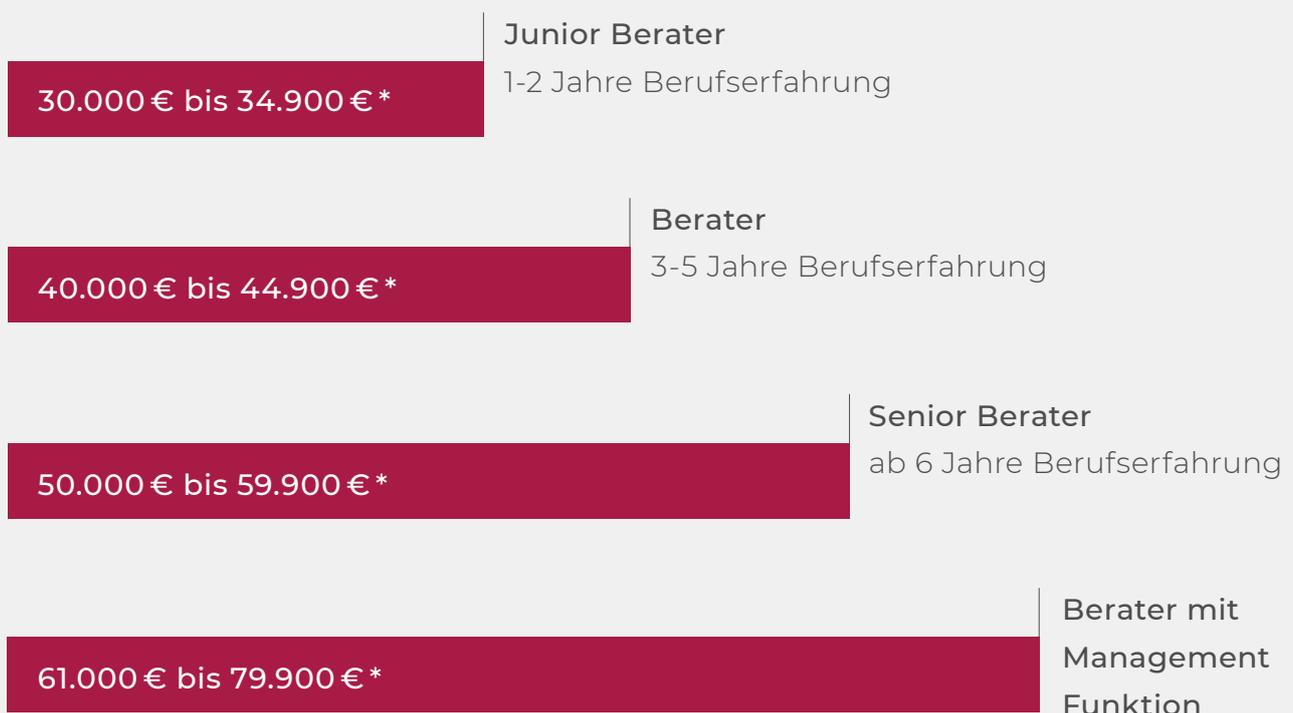
WAS GPRA-AGENTUREN IHREN MITARBEITERN BIETEN

Als Unternehmensverband der führenden PR- und Kommunikationsagenturen in Deutschland vereint die GPRA die hohen Qualitätsmaßstäbe ihrer Mitglieder – nicht zuletzt in allen Belangen des Employer Branding. Personalgewinnung, Personalentwicklung sowie eine qualitätsorientierte Nachwuchsförderung sind strategische Ankerpunkte der Personalarbeit in den Agenturen.

Die GPRA begleitete die Branche in den letzten Jahren intensiv bei der Nachwuchsgewinnung sowie der Stärkung als Arbeitgeber. Eine Ende 2017 durchgeführte Untersuchung bei 33 GPRA-Agenturen gibt zusätzlich Orientierung in den Bereichen Vergütung und Zusatzleistungen, Arbeitszeitregelungen und Flexibilisierung, Agenturzugehörigkeit sowie Lebensphasenorientierte Personalarbeit. Befragt wurden Geschäftsführer, Vorstände und Personalverantwortliche.

Vergütungsmodelle und Gehälter

In den teilnehmenden GPRA-Agenturen liegt die durchschnittliche Vergütung im Bereich des branchenüblichen Grundbildes. Es variiert nach Berufserfahrung und Verantwortung. Das durchschnittliche Gehalt (Jahresbrutto, ohne Bonus) sieht im Einzelnen wie folgt aus:



* mehrheitliche Vergütung

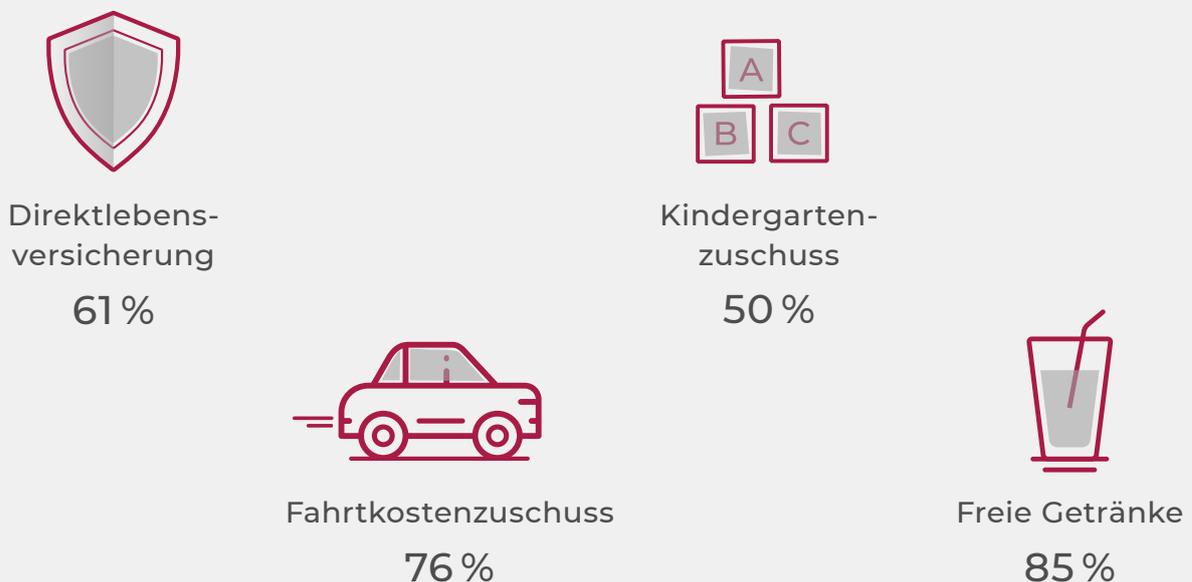
Leistung wird belohnt

Was die Befragung auch zeigt: Leistung lohnt sich. **Leistungsabhängige Bestandteile** bieten **69,7 Prozent** der Agenturen; im Schnitt machen diese 17,38 Prozent des Jahresgehalts aus. Und wenn die Agentur erfolgreich ist, spüren das die Mitarbeiter direkt: Fast **vier Fünftel zahlen Boni**, die sich nach dem Gesamtjahresergebnis richten. Im Schnitt entsprechen diese 1,18 Monatsgehältern.

Dieses Gehalt wird durch zahlreiche Zusatzleistungen, die auf die persönliche Lebenssituation einzahlen, bereichert. Die Accenture Strategy 2016 German University Graduates Study ergab, dass rund **zwei Drittel der Befragten** deutschen Absolventen ohnehin Inhalt und **Atmosphäre wichtiger als Gehalt** finden.

Zusatzleistungen

Neben direkten Gehaltsbestandteilen gehören bei den befragten Agenturen umfangreiche Zusatzleistungen zum Standard. Die Zusammensetzung der Pakete variiert. Am weitesten verbreitet sind freie Getränke (85 Prozent) sowie Fahrtkostenzuschüsse (76 Prozent). Bahncards für Vielfahrer (67 Prozent) und Direktlebensversicherungen (61 Prozent) im Rahmen einer betrieblichen Altersvorsorge zählen ebenfalls zu den Standards. Daneben gibt es Zuschüsse zu Umzugskosten, dem Fitnessstudio oder Betreuungsdiensten.



Faire und flexible Arbeitszeitregelungen

Zu den Punkten, die jüngeren wie älteren Mitarbeitern wichtig sind, zählt die **flexible** Gestaltung der **Arbeitszeiten**. Natürlich fallen in Agenturen – wie vielen anderen Berufen – auch Spitzenzeiten an, in der Projekte oder Pitches flexiblere Arbeitszeiten erfordern. Diese werden ausgeglichen: **79 Prozent** der Agenturen bieten **Ausgleichstage** oder **Gleitzeitregelungen** an, um punktuelle Mehrarbeit zu kompensieren.

Fast alle Agenturen (32 von 33 der befragten Agenturen) orientieren sich an den Lebensphasen ihrer Mitarbeiter und bieten **Teilzeitregelungen** an. Bei der Hälfte der Agenturen bewegen sich die Arbeitszeiten der Teilzeitkräfte zwischen 16 und 25 Wochenstunden. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können dadurch je nach persönlicher Lebenssituation flexibel nach einer **Elternzeit** oder **Pflegezeit** wieder einsteigen.

Gesundheitsmanagement gehört heute einfach dazu

Die GPRA-Agenturen bieten sehr abwechslungsreiche Maßnahmen im Gesundheitsmanagement an. Von Trainingsangeboten zum Stressmanagement über Massagen und Informationsvermittlung über Vorträge erhalten Agentur-Mitarbeiter gute Impulse zur Gestaltung von Erholungsphasen im Arbeitsalltag. Der beliebte Obstkorb gehört neben freien Getränken zur Standard-Ausstattung im Arbeitsalltag von Agenturen.



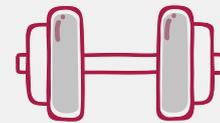
Stressbewältigungs-
programme

23 %



Massagen

19 %

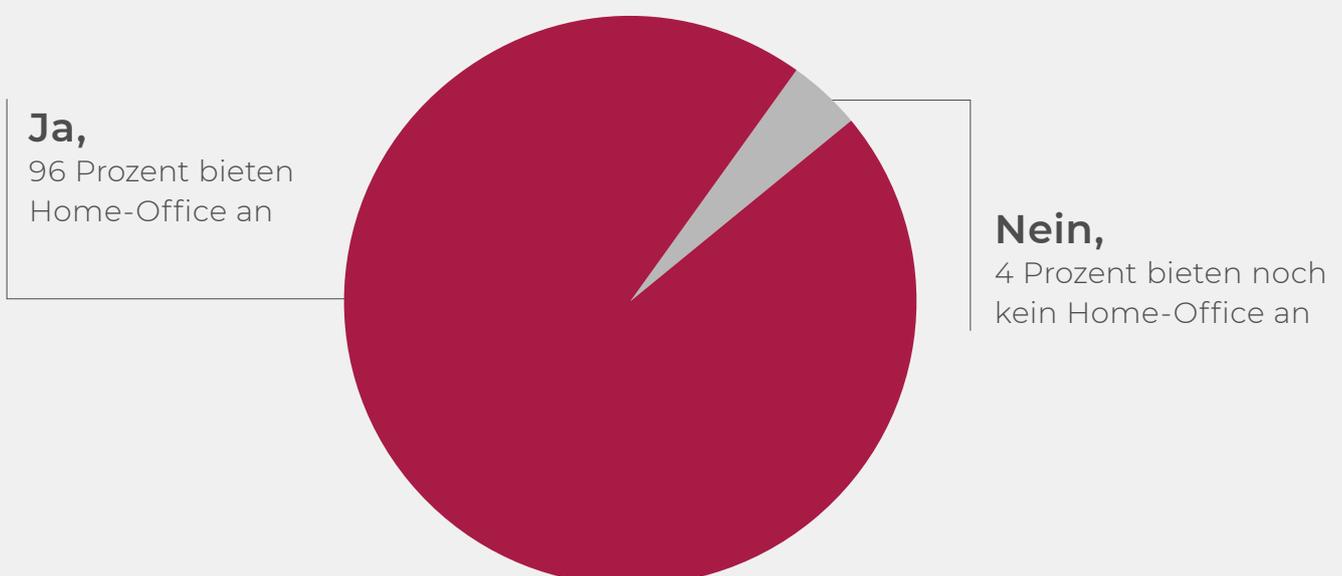


Trainingsangebote
während der Mittagspause

38 %

Home Office ist Standard

Auch sonst wird Flexibilität groß geschrieben: Home Office ist bei fast allen GPRA-Agenturen Usus: Vier Fünftel verfügen über klare Regelungen zum **Heim Arbeitsplatz**.



Lebensphasen-orientierte Personalarbeit als Qualitätsstandard

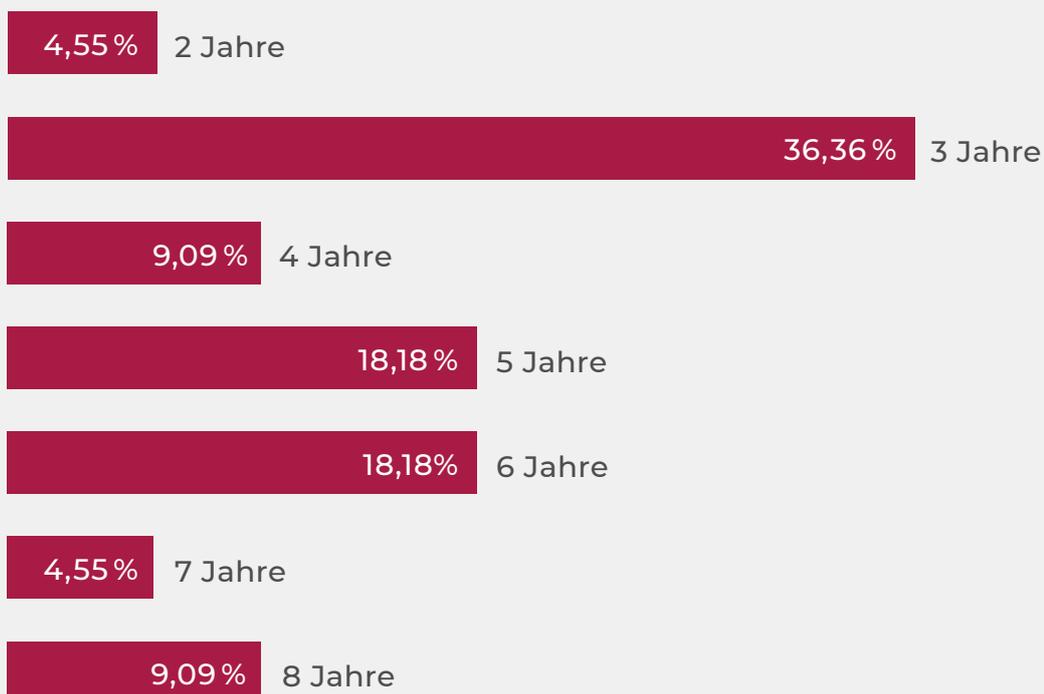
Das alles zeigt, dass Agenturen ihren Mitarbeitern Freiräume und flexible Modelle bieten, um auf deren individuelle Lebensphasen einzugehen. Von flexiblen Arbeitszeitregelungen, Gleitzeit- und Teilzeitmodellen, die sich an die jeweilige Situation und die Bedürfnisse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anpassen lassen, über ein zeitgemäßes Angebot an Zusatzleistungen, Förderungen und auch Weiterbildungsoptionen hinweg.

Drei Viertel der Agenturen bieten neben den vereinbarten Urlaubstagen (Durchschn. Anzahl) zusätzlich flexibel die Möglichkeit, längere Zeiträume auszusetzen (**Sabbatical**) oder zusätzliche unbezahlte Urlaubstage zu nehmen, wenn Mitarbeiter dies möchten.

All dies können Mitarbeiter mitgestalten und selbstbestimmt formen – Eigenverantwortung und Vertrauen stellen hohe Werte in den GPRA-Agenturen dar. Das beginnt bei Vertrauensarbeitszeit und reicht bis zu individuellen Ausgestaltungen der Tätigkeiten und der Verantwortung im Alltag.

Stabile Beschäftigungsverhältnisse

Dass die Arbeitsbedingungen und das Umfeld passen, zeigt auch die **Verweildauer** der Mitarbeiter: Sie liegt – Trainees ausgenommen – bei **4,6 Jahren**. Über **ein Drittel** bleibt rund **drei Jahre**, jeweils rund **18 Prozent** der Mitarbeiter wechselt erst nach **5 bzw. 6 Jahren** den Arbeitgeber.



Eine Branche mit Zukunft

Alle GPRA-Agenturen engagieren sich zudem in der Ausbildung der nächsten Generation von Kommunikationsprofis.

Die **Ausbildungsprogramme** dauern im Schnitt knapp **16 Monate**. Dabei verdienen sie im Mittel **1.863,64 Euro brutto im Monat**. Der Mindeststandard für GPRA-Agenturen liegt bei 1.600 Euro.

Und auch die **Trainees** bleiben gern: Nach dem Abschluss ihrer Traineeprogramme oder Volontariate bleiben Sie im Schnitt noch **2,7 Jahre** bei der Agentur, in der sie in die Branche eingestiegen sind.

FAZIT

Die in der GPRA zusammengeschlossenen Agenturen setzen auch in der Personalarbeit und damit als Arbeitgeber auf Qualität. Damit haben sie zukunftsfähige Rahmenbedingungen geschaffen, um den heute sehr hohen Ansprüchen der Mitarbeiter an ihren Arbeitsplatz und ihren Arbeitgeber zu begegnen.

DIE GPRA IST DER UNTERNEHMENSVERBAND DER FÜHRENDEN KOMMUNIKATIONSAGENTUREN MIT PR-DNA IN DEUTSCHLAND

Die GPRA wurde 1974 gegründet und hat ihren Sitz in Berlin. Mit strengen Aufnahmekriterien und hohen Anforderungen an ihre Mitglieder setzt sie Standards in der Kommunikationsbranche und fördert den Austausch zwischen den Mitgliedern und Meinungsbildnern.

Die GPRA repräsentiert 36 Agenturen mit circa 2.600 Mitarbeitern und einem Marktanteil von fast 50 Prozent. Alle Mitgliedsagenturen haben sich einem hohen Qualitätsanspruch verpflichtet, der regelmäßig überprüft wird.

Was macht die GPRA?

- Wir übernehmen eine aktive Rolle in der Entwicklung und Gestaltung des Kommunikationsmarktes in Deutschland.
- Wir entwickeln und etablieren verbindliche Standards im Markt (z.B. für Praktikanten und Traineeships)
- Wir bieten Mitgliedern eine Plattform für Austausch und Diskussion
- Nachwuchsförderung und Employer Branding sind zentrale Themen der GPRA
- Wir vertreten die Interessen unserer Mitglieder gegenüber Medien, Kunden, Hochschulen und Politik
- Wir sorgen für Transparenz und setzen uns gegen unfaire Ausschreibungen ein – zum Beispiel bei der Unterstützung des Pitchblogs
- Die GPRA unterstützt interessierte Kunden bei der Auswahl von Agenturen durch den Agenturfinder

Kontakt

GPRA'

GPRA e.V.
Leipziger Platz 15
10117 Berlin

Fon: +49 (0) 30 25894086
E-Mail: info@gpra.de

Christiane Schulz
(Präsidentin)
Fon: +49 (0) 30 20351-216

Alexandra Groß
(Stv. Präsidentin)
Fon: +49 (0) 611 74131-84