

AGENTUREN

ALS ARBEITGEBER

**WAS GPRA-AGENTUREN
IHREN MITARBEITERN BIETEN**

VORWORT

AGENTUREN ALS ARBEITGEBER

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.

In den letzten Jahren hat die GPRA die Branche intensiv bei der Nachwuchsgewinnung sowie der Stärkung als Arbeitgeber begleitet. Ende 2017 wurde daran anknüpfend eine Mitgliederumfrage durchgeführt, an der sich 33 GPRA-Agenturen – und damit fast alle – beteiligt haben. Die Untersuchung gibt eine Orientierung in den Bereichen Vergütung und Zusatzleistungen, Arbeitszeitregelungen, Arbeitsmodelle, Agenturzugehörigkeit sowie lebensphasenorientierte Personalarbeit. Befragt wurden Geschäftsführer, Vorstände und Personalverantwortliche.

In einer zweiten Auflage, durchgeführt 2019 und veröffentlicht 2020, wurden diese Kriterien nun erneut bei 33 GPRA-Agenturen untersucht. Dass die GPRA-Agenturen die Arbeitsbedingungen kontinuierlich weiterentwickeln, zeigen die Ergebnisse in der zweiten Auflage des Reports.

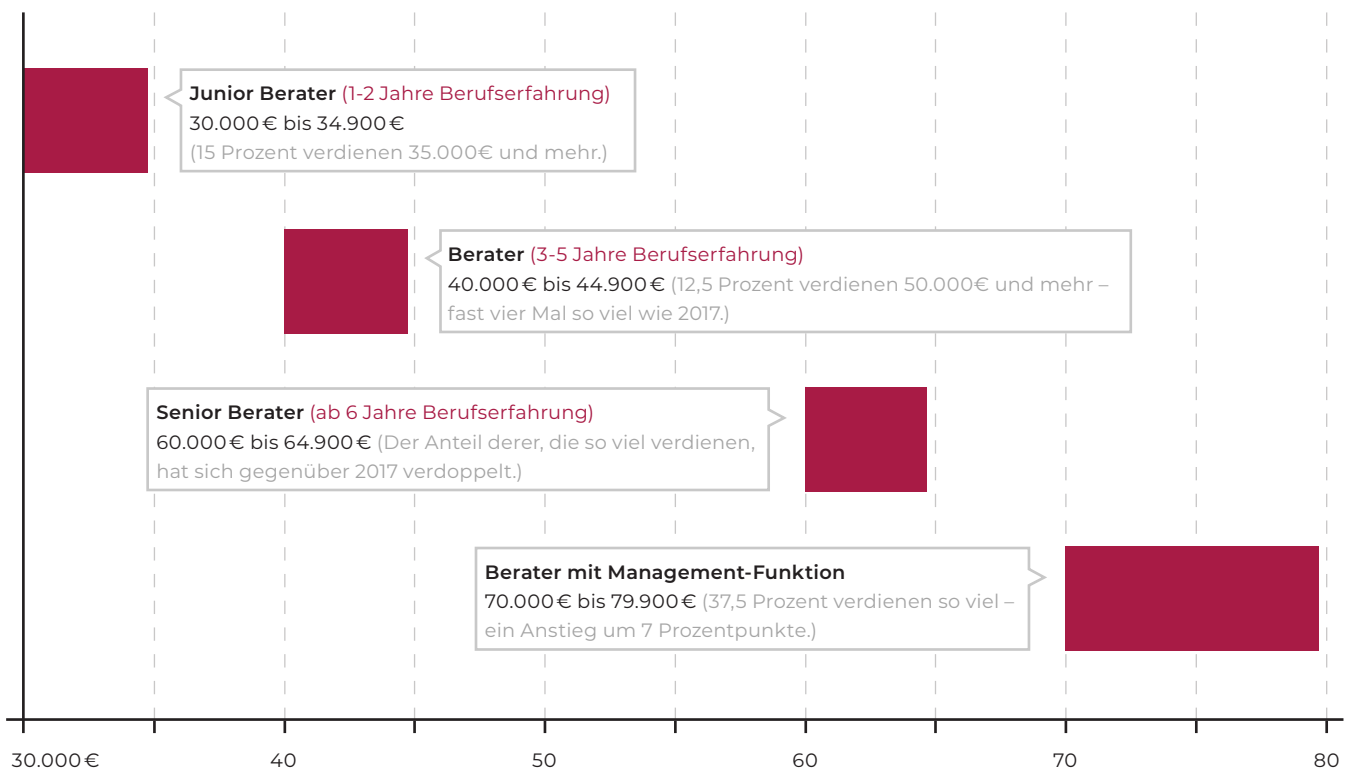
Ergänzt wird der Report von der auch in 2020 aktualisierten Traineebroschüre. Diese fasst übersichtlich die Einstiegsprogramme der GPRA-Agenturen zusammen.

VERGÜTUNG

GUTE VERHANDLER UND GUTE CHANCEN

Der Vergleich zu den Daten von 2017 zeigt: In den teilnehmenden GPRA-Agenturen sind die Gehälter im Schnitt gestiegen. Im Bewerbermarkt der Kommunikationsbranche spricht das nicht nur dafür, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gut verhandeln – ihre Arbeitgeber sind auch zahlungsbereit. Die erreichten Gehaltslevel stehen denen in der

Wirtschaft häufig nicht nach. Für Berater und Senior Berater ist das Durchschnittsgehalt sichtbar hochgerückt. Auch bei den Junior Beratern hat sich der Anteil derjenigen, die mehr als 35.000€ verdienen, seit 2017 verdoppelt. Das durchschnittliche Brutto-Grundgehalt (ohne Boni) sieht je nach Berufsgruppe im Einzelnen wie folgt aus:



Zu diesen Brutto-Grundgehältern kommen noch variable Vergütungselemente, die je nach Agentur und Person ein breites Gestaltungsspektrum ergebnis- oder leistungsabhängiger Boni aufzeigen. Auch bei den Zusatzleistungen und Zuschüssen bieten Agenturen eine breite Palette an attraktiven Optionen an.

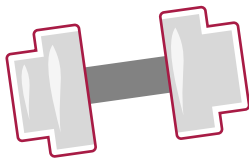
ZUSATZLEISTUNGEN

FÜR MOBILITÄT, FAMILIE UND GESUNDHEIT

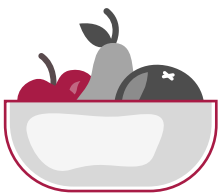
Die GPRA-Agenturen bieten ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein breites Portfolio an Zusatzleistungen, von denen sie flexibel in ihrer jeweiligen Lebenssituation profitieren können. Kostenfreie Getränke zählen zu den Standardleistungen. Bei der überwiegenden Mehrheit gehören auch Fahrtkostenzuschüsse, Bahncards für Vielreisende und privat nutzbare betriebliche Geräte zum festen Leistungsspektrum. Jobtickets, Direktlebensversicherungen oder Kindergartenzuschüsse finden sich bei mehr als der Hälfte.

Das zeigt, wie wichtig den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Beiträge zur Mobilität und familienfreundliche Leistungen sind – und dass Agenturen als Arbeitgeber moderne Arbeitsumfelder und Rahmenbedingungen engagiert fördern.

Immer größere Bedeutung kommt dem Gesundheitsmanagement zu. Dabei geht es um weit mehr als den Obstkorb, der in nahezu jeder Agentur zur Verfügung steht. Mit Trainingsangeboten in der Mittagspause, Vorträgen und Gesundheitswochen über Zuschüsse für das Fitnessstudio, Sportgeräte, Meditationskurse bis zu betrieblichen Untersuchungen zeigt sich die große Bandbreite an Maßnahmen für Gesundheit und Wohlbefinden der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



Zuschuss Fitnessstudio **39%**



Obstkorb **72%**



Stressbewältigungsprogramme **21%**



Vorträge **42%**



Trainingsangebote während der Mittagspause **36%**



Betriebliche Untersuchungen **24%**



Massagen **24%**



Keine **18%**

SONSTIGE ZUSATZLEISTUNGEN

FÜR MOBILITÄT, FAMILIE UND GESUNDHEIT

Welch hohe Relevanz das Gesundheitsmanagement für die GPRA-Agenturen hat, verdeutlichen auch die zahlreichen und vor allem vielseitigen Einzelnennungen der Agenturen, die ergänzend angegeben worden sind. Hier zeigt sich, dass die Agenturen aufgeschlossen und mit vielen kreativen Ideen das Wohlbefinden und die

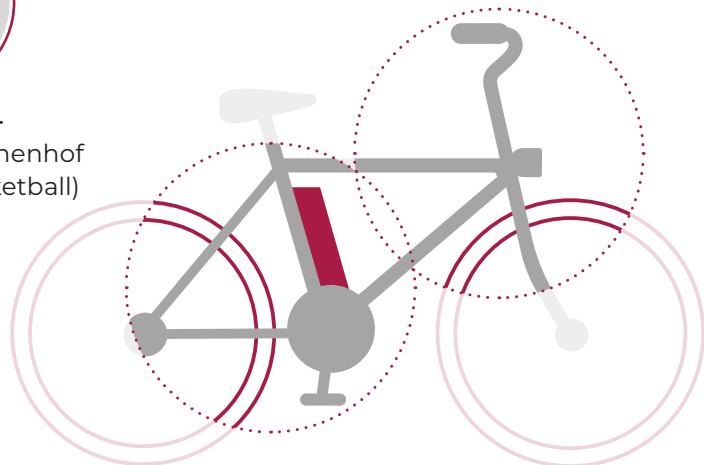
Fitness ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nachhaltig fördern. So starten manche Agenturen mit Meditation am Morgen und andere stellen Leihräder für die Fahrt zum Kunden bereit. Weitere Maßnahmen der Agenturen sind:



Unterstützung bei der Teilnahme an Firmen-Stadtläufen



Sportgeräte im Innenhof (Tischtennis, Basketball)

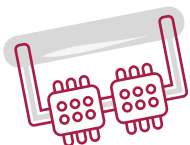


Leihräder für Kundentermine

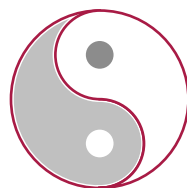
Möglichkeit des E-Bike-Leasings



Zuschuss Bildschirmarbeitsplatzbrille



Gesundheitstools vor Ort (Büroapotheke, Massagegeräte)



Täglich Meditation am Morgen



Gesundheitswoche, Gesundheitsmail



Vegetarische Küche

ARBEITSMODELLE

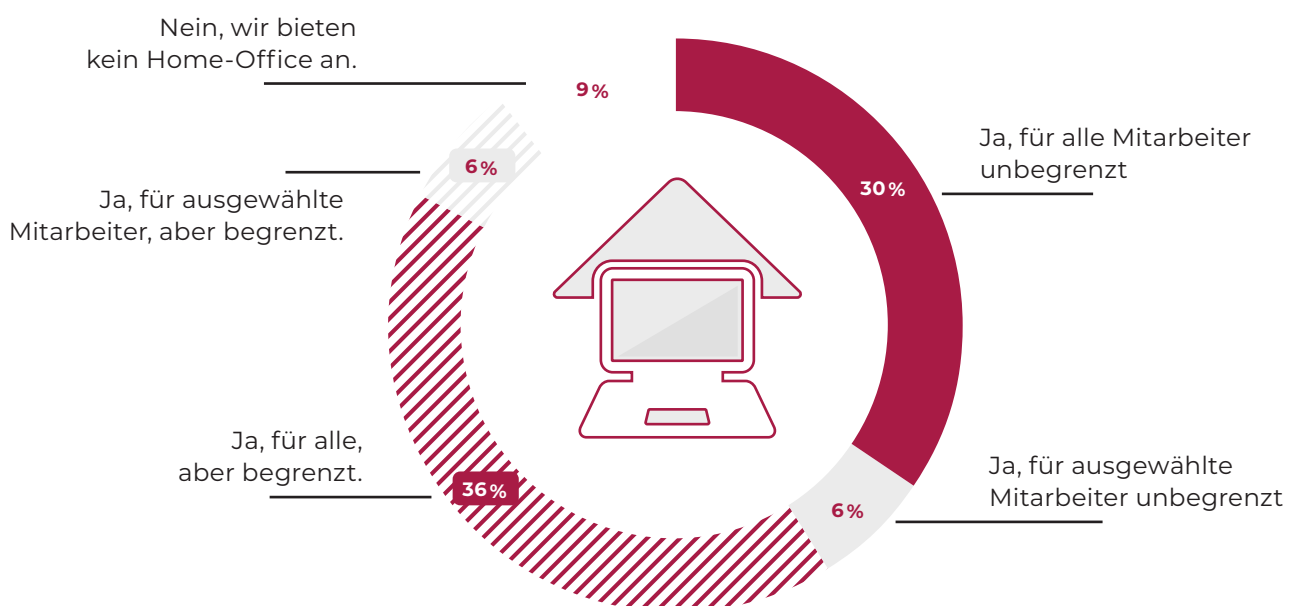
FLEXIBEL, INDIVIDUELL GESTALTBAR, FAMILIENFREUNDLICH

Als moderne Arbeitgeber entwickeln Agenturen für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter flexible, individuell verhandelbare Arbeitsmodelle und Freiräume. Das zeigt sich schon daran, dass im Schnitt 21 Prozent der Belegschaft in Teilzeit arbeiten. Vertrauensarbeitszeit und Gleitzeitregelungen sind ebenfalls weit verbreitet.

Natürlich fallen bei Agenturen – wie in allen anspruchsvollen Berufsfeldern – auch Lastspitzen an. Zu den flexiblen Gestaltungsmöglichkeiten gehört daher auch, dass entsprechend anfallende Mehrarbeit durch Ausgleichstage aufgefangen wird. Auf die individuelle Lebenssituation gehen die Agenturen auch mit anlassbezogenen Sonderurlaubstagen oder Regelungen für

unbezahlte Urlaubstage ein – diese reichen von ein bis fünf Tagen bis hin zu Sabbaticals.

Das mobile Arbeiten – ob nun aus dem Home Office, von anderen Niederlassungen oder von unterwegs, gehört zur modernen Arbeitsrealität in Agenturen. Nicht zuletzt deshalb konnten Agenturen zu Beginn der Pandemie schnell und ohne große Vorbereitung alle Beschäftigten von zu Hause aus arbeiten lassen. Die technische Ausstattung dafür stellen fast alle Agenturen ohnehin zur Verfügung. Zwei Drittel der Agenturen haben Mobile-Office-Regelungen, die für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gelten.



Agenturen als Arbeitgeber geben durch flexible Rahmenbedingungen und Arbeitszeiten vielfältige Antworten auf unterschiedliche Lebenssituationen und die Anforderungen der modernen Arbeitswelt.

KARRIEREMÖGLICHKEITEN

BERUFSEINSTIEG, SPURWECHSEL UND ENTWICKLUNGSOPTIONEN

Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern stehen vielfältige Karrierepfade innerhalb der Agenturwelt offen. Das gilt nicht nur für Berufseinsteiger, die über ein Traineeship oder ein Volontariat einsteigen – derartige Programme bieten alle befragten Agenturen. Dabei geht es ihnen um eine strukturierte und hochwertige Weiterqualifizierung, um den eigenen Beratungsnachwuchs optimal auszubilden. Das Interesse, die Ausbildung so kompakt wie möglich zu gestalten, zeigt sich unter anderem darin, dass die durchschnittliche Dauer der Programme seit 2017 von 15,8 auf 14 Monate gesunken ist.

Mehr zum Engagement für eine fundierte, professionelle Ausbildung enthält die [Broschüre Einstiegsprogramme in GPRA-Agenturen](#), in der die jeweiligen Programme der Mitgliedsagenturen im Detail vorgestellt werden. Wer zunächst im Rahmen eines Praktikums Agenturluft schnuppern will, findet auch

dazu zahlreiche Angebote – üblicherweise mit Vergütung. Bei kurzzeitigen Kennenlernpraktika ist diese natürlich nicht gegeben.

Der Weg in Agenturen führt aber nicht immer über ein Traineeship oder Volontariat – für rund ein Drittel beginnt das Agenturleben mit dem Einstieg als Junior Berater. Vor allem gibt es zahlreiche Direkteinstiegsmöglichkeiten für Kandidatinnen und Kandidaten mit Spezialkompetenzen, da die Jobvielfalt in Agenturen weit über die Beratung hinausgeht.

Um die vielfältigen Aufgaben in der heutigen Kommunikationslandschaft zu erfüllen, sind die GPRA-Agenturen divers aufgestellt: Vom Digital Marketing Manager über Event- und Projektmanager bis zu Film-Producern und Art Directoren – in den Agenturen arbeiten Spezialistinnen und Spezialisten verschiedenster Bereiche Hand in Hand.

Community Manager:	7 von 33 Agenturen
Digital Marketing Manager:	7
Eventmanager:	4
Film-Producer:	4
Junior Art Director/Art Director:	18
Kaufmännische Berufe:	9
Projektmanager:	10
Redakteur/Content Manager:	10
Social Media Manager:	16
Sonstiges:	2

Diese Berufsprofile und Spezialisten-Karrieren stehen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aber nicht nur zu Beginn ihrer Tätigkeit offen. Über 80 Prozent der befragten Agenturen erlauben Spurwechsel, wenn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Stärken in anderen Feldern ausspielen oder sich weiterentwickeln wollen.

Die Arbeit in Agenturen ist vieles: flexibel, abwechslungsreich, dynamisch. Dass Agenturen als Arbeitgeber attraktiv sind und auch immer attraktiver werden, spiegelt sich unter anderem in der Verweildauer der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wider: 2019 waren sie im Schnitt 4,73 Jahre bei der jeweiligen Agentur beschäftigt.

FAZIT

AGENTUREN ALS ARBEITGEBER

Die GPRA-Agenturen stehen in ihrer Beratungsleistung für einen hohen Qualitätsanspruch. Dieser spiegelt sich in den Anforderungen an die Mitarbeiter wider und damit auch in den ständig anzupassenden Arbeitsbedingungen.

Dass Leistung sich für Mitarbeiter lohnen muss, zeigt die Aufwärtsbewegung in den Durchschnittsgehältern; variable Vergütungsanteile ergänzen diesen Trend.

Flexibles und mobiles Arbeiten ist bereits seit vielen Jahren Standard in den Agenturen. Aus diesem Grund haben die GPRA-Agenturen während der Corona-Krise schnell und effektiv die Home-Office-Empfehlungen vom BMA und RKI umsetzen können.

Die GPRA-Agenturen zeichnen sich vor allem durch vielfältige Job-Profile, Arbeitszeitmodelle und Zusatzangebote aus. Längst werden Berater-Jobs durch Filmproducer, Redakteure, Eventmanager, Art Director und Mediaplaner ergänzt. Auch gehören Teilzeit-Modelle genauso selbstverständlich dazu wie umfassende Gesundheitsprogramme. Das Personalmanagement in den Agenturen schafft kontinuierlich Rahmenbedingungen, die zukunftsfähig sind und sich überaus flexibel den Ansprüchen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anpassen.

DIE **GPRA** IST DER VERBAND DER FÜHRENDEN KOMMUNIKATIONSAGENTUREN IN DEUTSCHLAND

Die GPRA wurde 1974 gegründet und hat ihren Sitz in Berlin. Wir tragen zur kontinuierlichen Weiterentwicklung des deutschen Kommunikationsmarktes bei. Unsere Mitglieder vereint der Anspruch auf Qualitätsführerschaft

im Sinne ihrer Kunden und Mitarbeiter. Der Verband repräsentiert 36 Agenturen mit circa 2.800 Mitarbeitern und einem Honorarumsatz von rund 364 Mio. in 2018.

WAS MACHT DIE GPRA?

- Wir sind Impulsgeber in der Branche und gestalten den Kommunikationsmarkt in Deutschland aktiv mit.
- Wir entwickeln und etablieren verbindliche Standards im Markt.
- Wir schärfen das Bild von PR und Kommunikation sowie das Tätigkeitsprofil von Agenturen.
- Nachwuchsförderung und Employer Branding stehen bei uns im Mittelpunkt.
- Wir vertreten die Interessen unserer Mitglieder gegenüber Kunden, Hochschulen, Medien und Politik.
- Wir bieten unseren Mitgliedern eine Plattform für Austausch und Diskussion.
- Wir bieten Kunden Transparenz im Kommunikationsmarkt und unterstützen sie bei der Auswahl von Agenturen, zum Beispiel durch den Agenturfinder.

GPRA

GPRA e.V.

Bertolt-Brecht-Platz 3 · 10117 Berlin

Fon: +49 (0) 30 5858 134-50

Mobil: +49 (0) 171-2083827

E-Mail: info@gpra.de

Christiane Schulz (Präsidentin)

Fon: +49 (0) 30 221829-005

Alexandra Groß (Stv. Präsidentin)

Fon: +49 (0) 611 74131-84