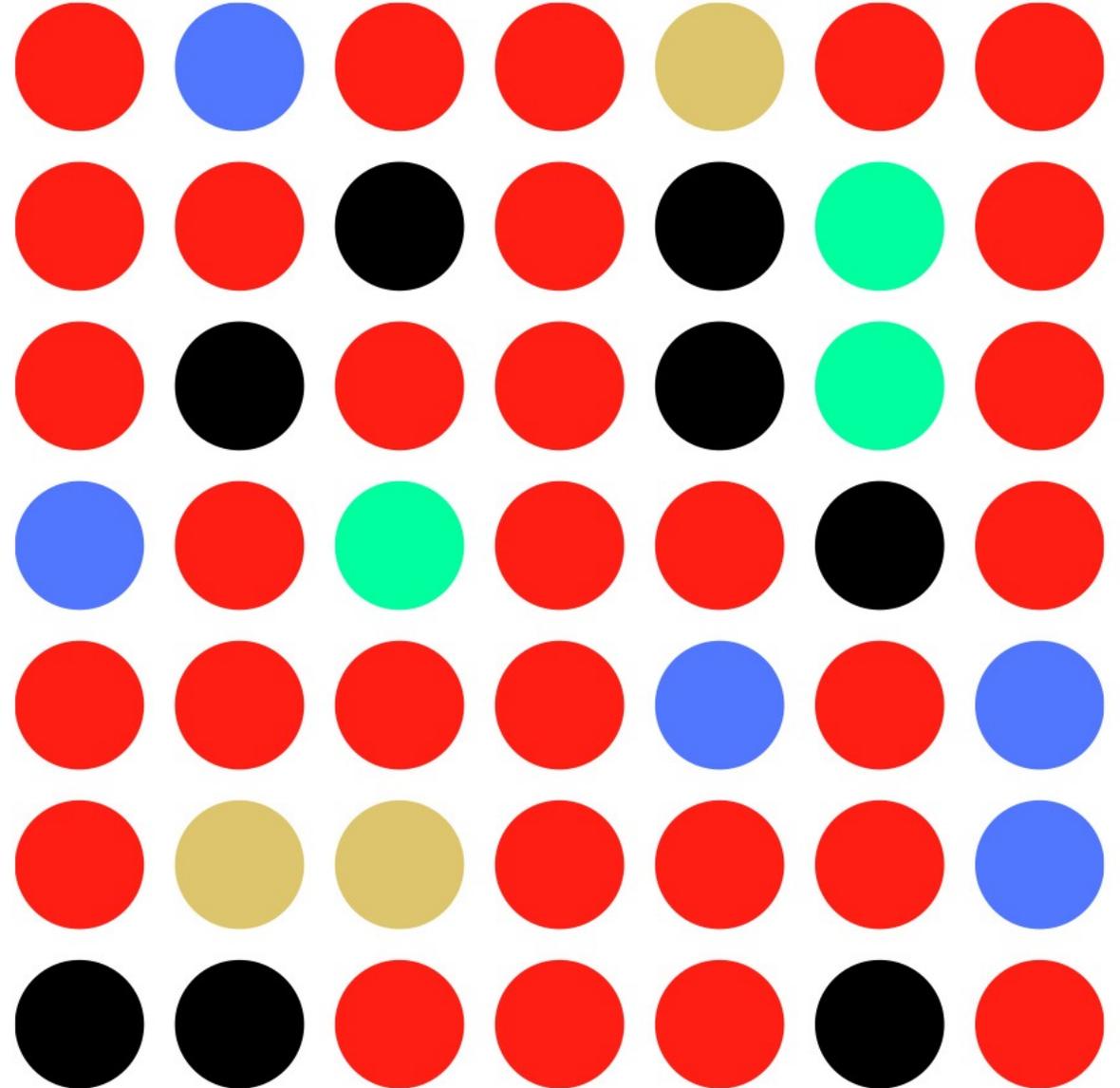




Deutschlands
führende
Agenturen

GWA Diversity Studie 2021

5. Juli 2021



Zusammenfassung

- Während nach wie vor 60 Prozent der Agenturbelegschaft Frauen sind, stellen sie nur 18 Prozent der Geschäftsführer*innen in Agenturen. Deutliche Veränderungen gab es in den letzten Jahren vor allem auf der zweiten Führungsebene.
- Der Gender Pay Gap in Agenturen beträgt über alle Mitarbeiter*innen 6,5 Prozent. Er ist im Management am stärksten ausgeprägt.
- Die Agenturbelegschaft ist wenig international. Acht Prozent der Mitarbeiter*innen haben keinen deutschen Pass.
- Die Hälfte der Agenturmitarbeiter*innen sind zwischen 25 und 45 Jahre. Nur sieben Prozent der Belegschaft ist 55 Jahre und älter.

Steckbrief

Methode: Auswertung anonymisierter Personaldaten

Erfasste Stellen: 1.970 / in FTE: 1.830,96 aus 21 GWA-Agenturen

Feldzeit: 9. Dezember 2020 bis 17. März 2021

Weitere Erhebungen: GWA Human Resources Management Studie 2017 und 2014
GWA Frühjahrsmonitor 2021

Inhalt

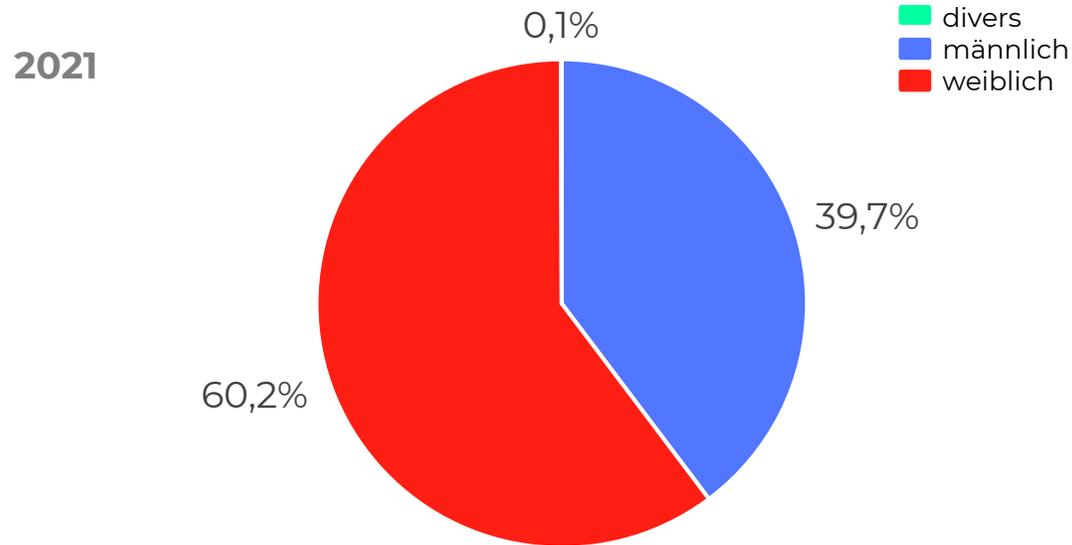
- Geschlechterverhältnis
- Herkunft
- Altersstruktur
- Betriebszugehörigkeit
- Arbeitszeiten

Zusatz:

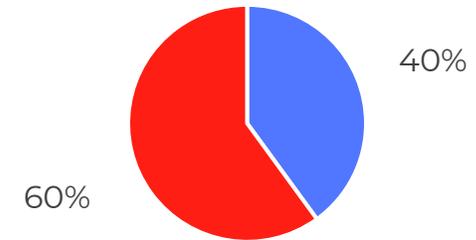
- Relevanz von Diversity in Agenturen

Geschlechterverhältnis in Agenturen

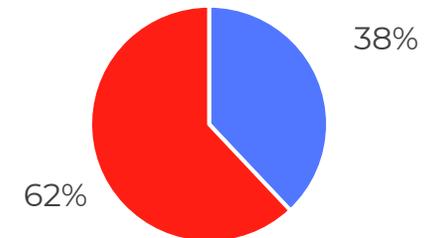
60% Frauen in Agenturen



HRM Studie 2017



HRM Studie 2014

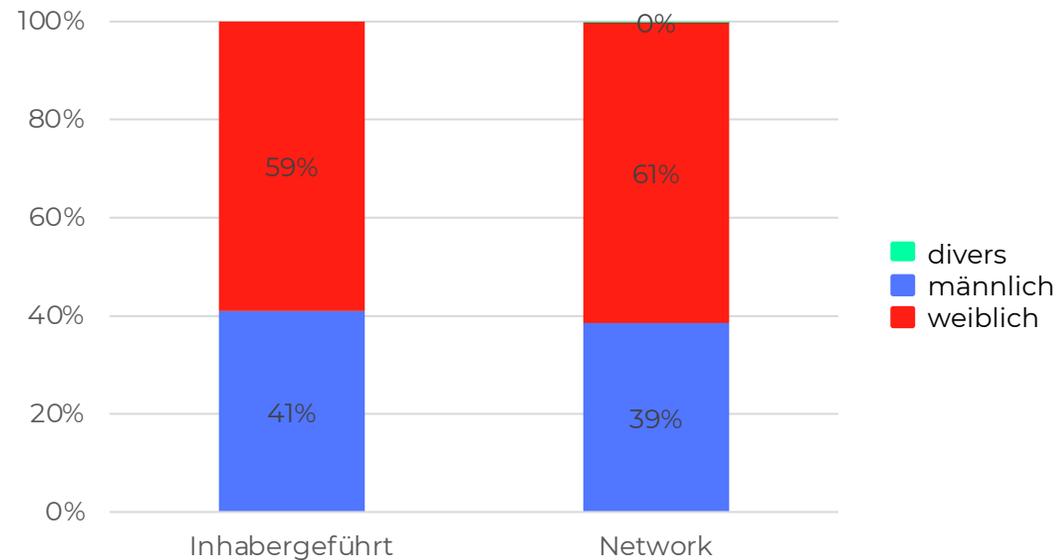


*divers als Merkmal wurde in den HRM Studien 2017 und 2014 nicht abgefragt

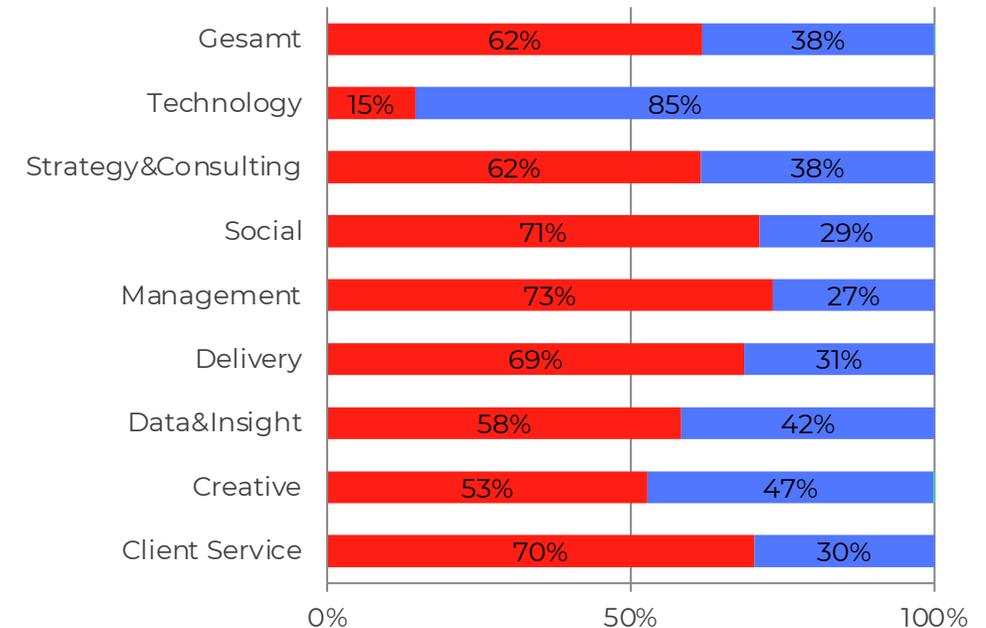
Am Geschlechterverhältnis insgesamt hat sich in den Agenturen in den letzten Jahren kaum etwas geändert: etwa 60 Prozent der Arbeitnehmer*innen sind Frauen. Vor sieben Jahren waren es nur zwei Prozent mehr.

Männerdomäne Technik

Geschlechterverhältnis nach Agenturtyp

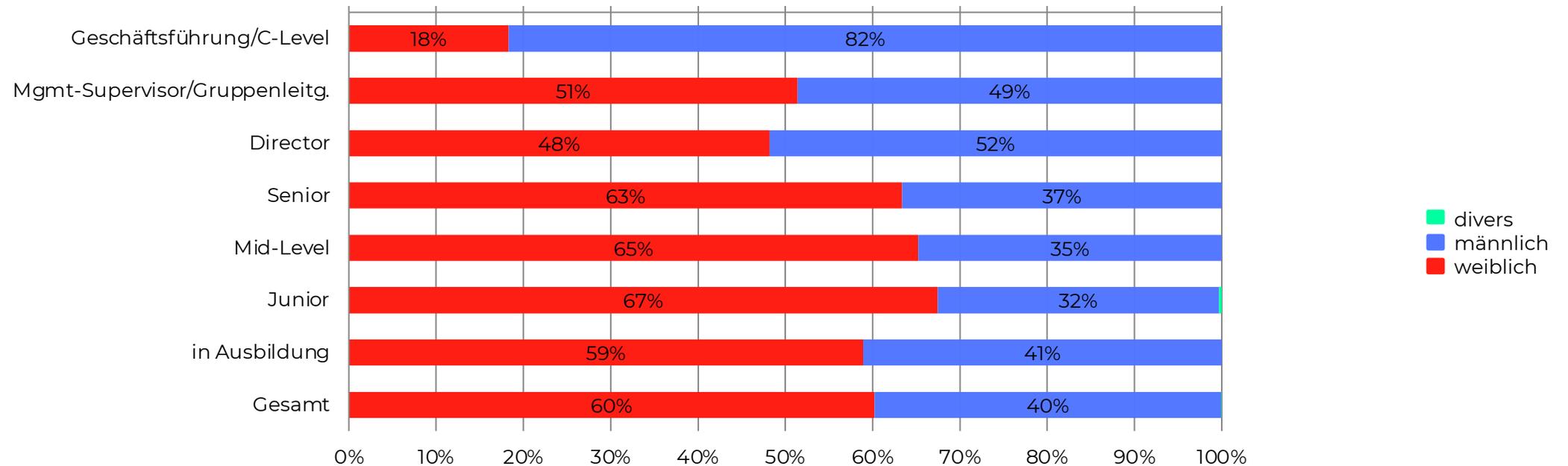


Geschlechterverhältnis nach Agenturbereich



Der Frauenüberhang in Agenturen zeigt sich in allen Arbeitsbereichen. Lediglich im Agenturbereich ‚Technologie‘ arbeiten mehr Männer. In Kreation und Data & Insights ist der Männeranteil unter den Mitarbeiter*innen vergleichsweise hoch.

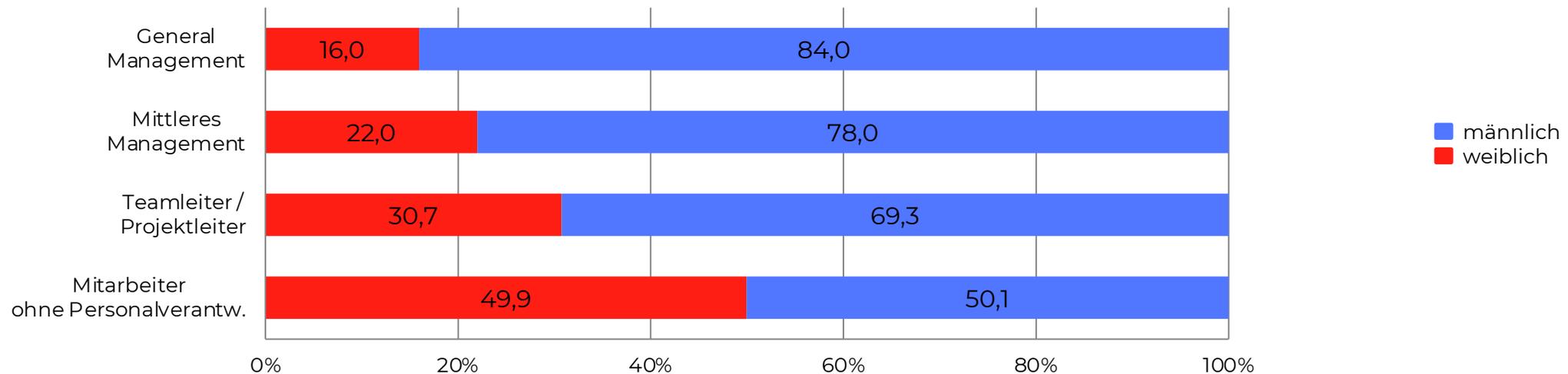
Starke Unterschiede zwischen Führungsebenen



Während nur 18 Prozent der obersten Führungskräfte weiblich sind, zeichnet sich auf der nächsten Führungsebene ein etwas anderes Bild: die Hälfte der Management-Supervisor und Gruppenleiter sind Frauen.

Veränderungen im mittleren Management

GWA Human Resources Management Studie 2017

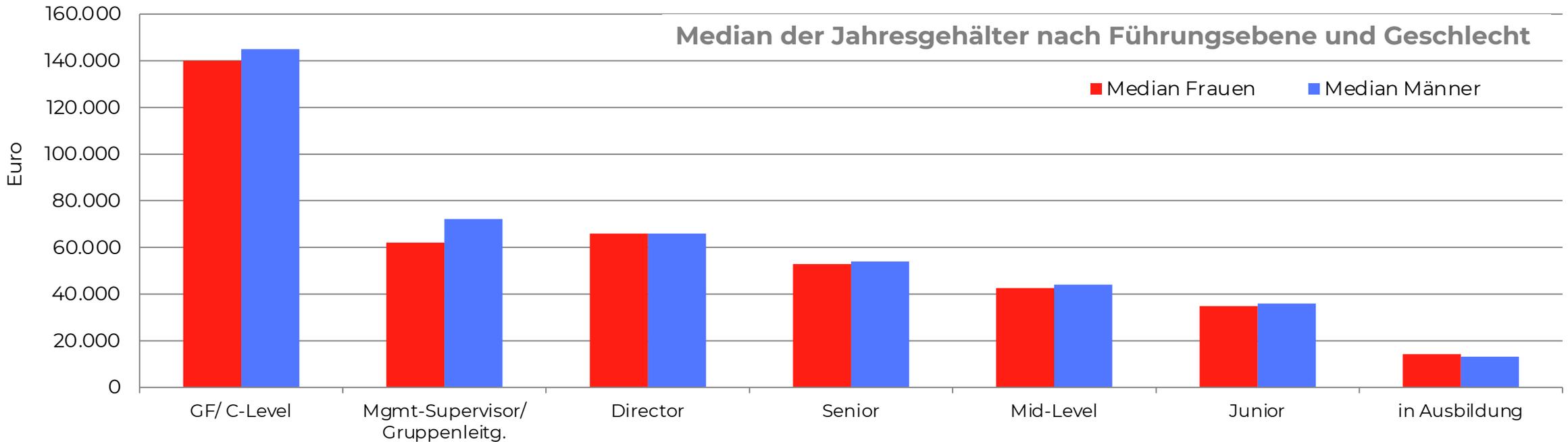


Basis: Online-Befragung von 421 Agenturmitarbeiter*innen 2017

Der Vergleich mit der GWA HRM Studie 2017 zeigt, dass damals noch deutlich weniger Frauen in Führungspositionen in Agenturen waren – vor allem im mittleren Management war der Frauenanteil vor vier Jahren noch sehr viel geringer.

Gehaltsunterschiede im Management am höchsten

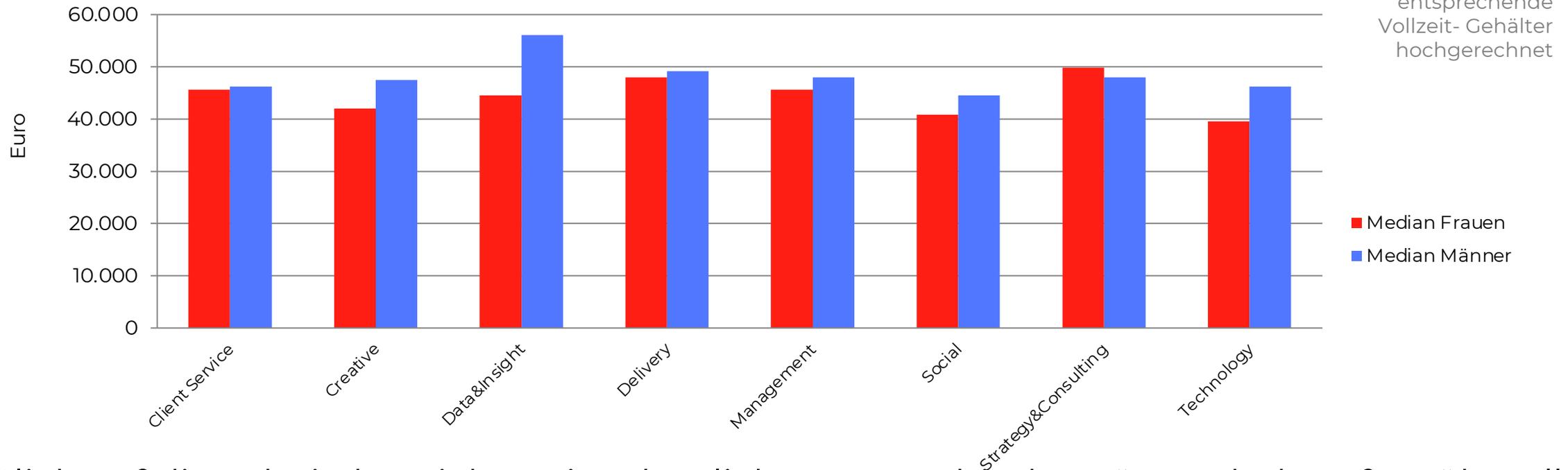
*Teilzeit-Gehälter wurden auf entsprechende Vollzeit- Gehälter hochgerechnet



Gehaltsunterschiede sind in Führungspositionen am größten: Auf dem C-Level verdienen Männer 4.000 Euro und im mittleren Management sogar 10.000 Euro pro Jahr mehr als ihre Kolleginnen. Über alle Gehälter liegt die Differenz bei 6,5 Prozent.

Vorteile für Männer in den meisten Bereichen

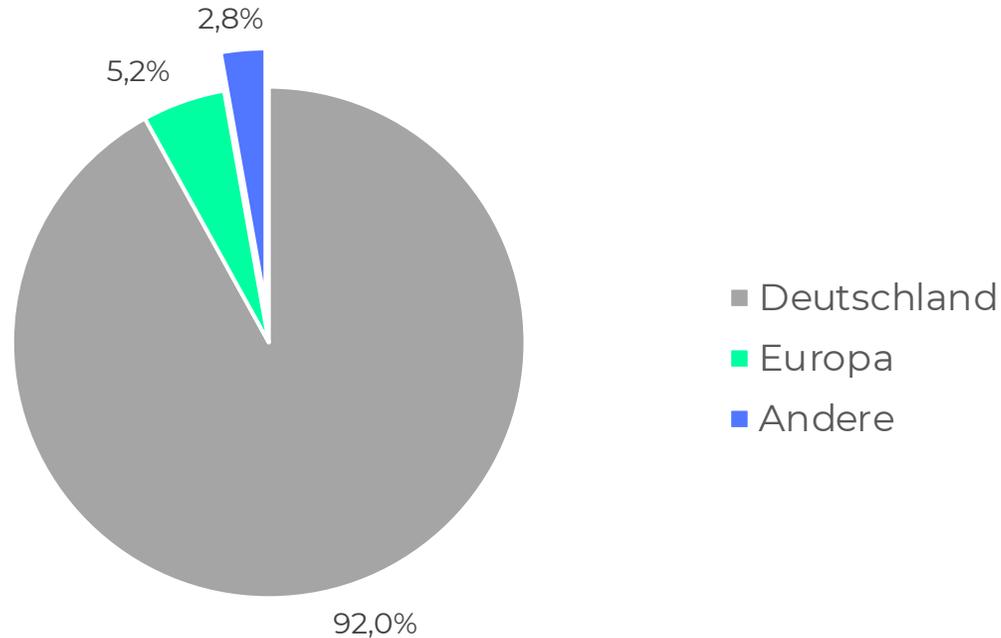
Median der Jahresgehälter nach Tätigkeitsbereich und Geschlecht (ohne Geschäftsführung)



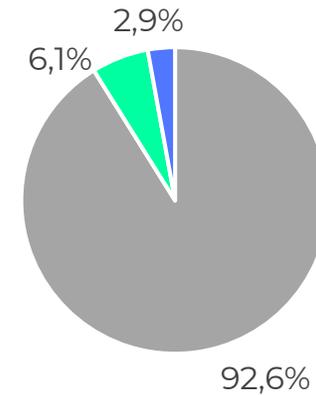
Der Blick auf die Arbeitsbereiche zeigt deutliche Unterschiede. Männer haben fast überall Gehaltsvorteile und werden vor allem in den Bereichen Data & Insights, Technology und Kreation deutlich besser bezahlt. In der Strategie gibt es leichte Gehaltsvorteile für Frauen.

Herkunft der Agenturmitarbeiter*innen

Belegschaft wenig international

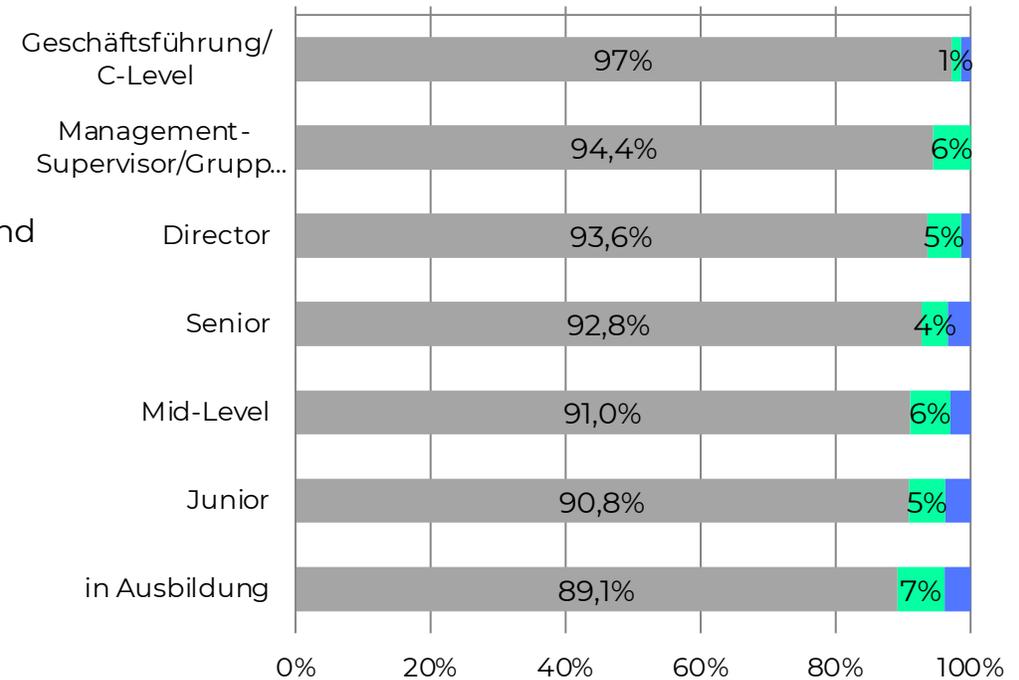
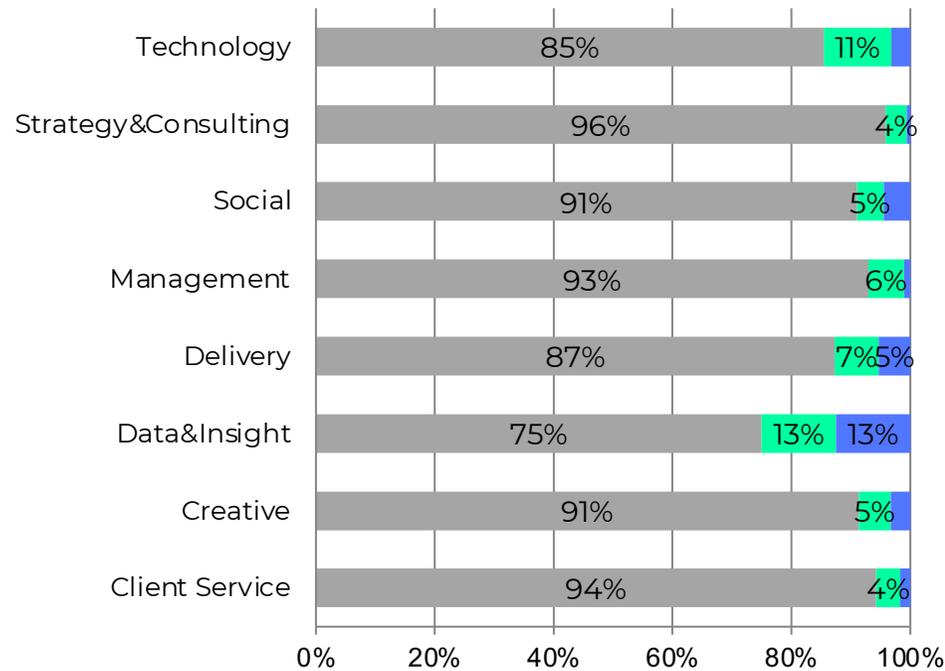


HRM Studie 2014



Die große Mehrheit der aktuellen Agenturmitarbeiter*innen hat die deutsche Staatsangehörigkeit, gut fünf Prozent kommen aus anderen EU-Ländern. An diesem Verhältnis hat sich in den letzten sieben Jahren kaum etwas geändert.

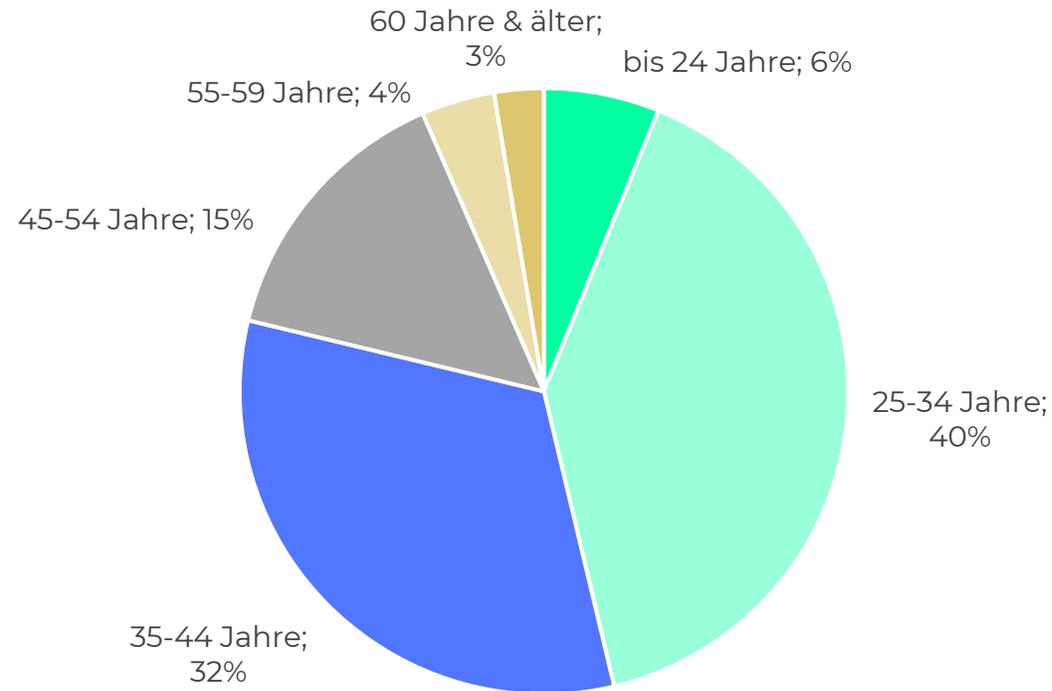
Nachwuchs ist etwas internationaler



Ein genauer Blick auf die Daten zeigt, dass vor allem unter den Azubis und Junioren und in den Bereichen Data & Insights, Delivery und Technologie der Anteil der ausländischen Kolleg*innen noch am größten ist.

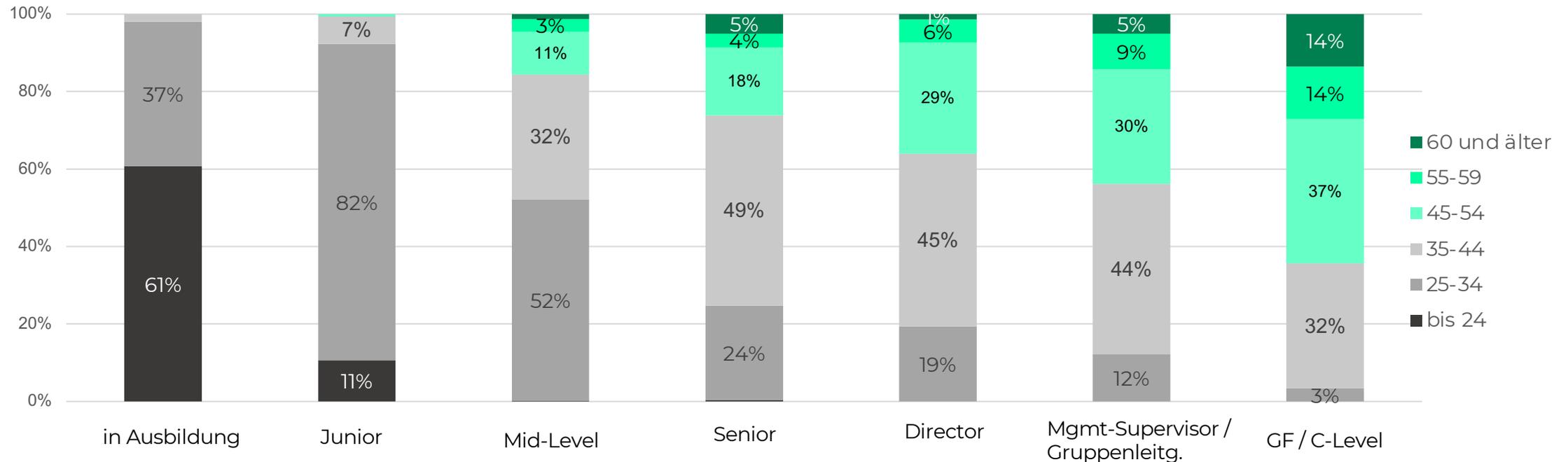
Altersstruktur der Mitarbeiter*innen

Gros der Kolleg*innen zwischen 25 und 44 Jahren



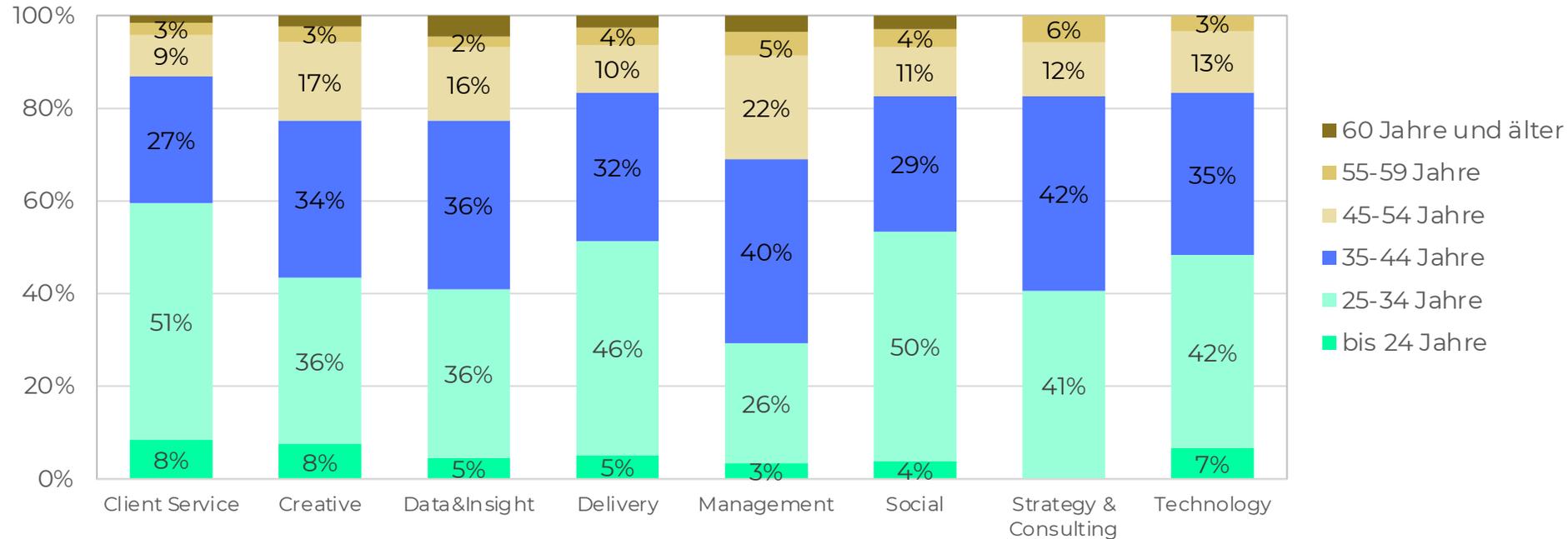
Knapp die Hälfte der Agenturmitarbeiter*innen sind unter 35 Jahre. Lediglich sieben Prozent der Belegschaft ist 55 und älter. Fast zwei Drittel aller Kolleg*innen sind zwischen 25 und 44 Jahren.

Ein Drittel der GFs ist U45



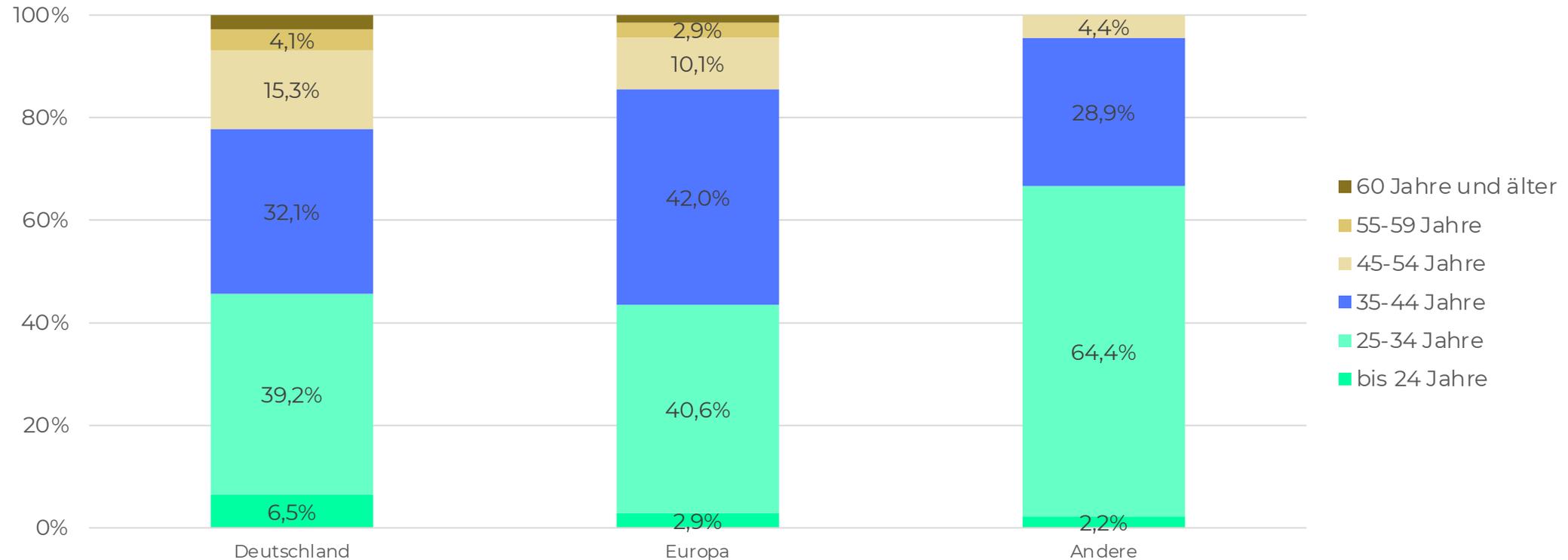
Die Altersverteilung nach Management-Ebenen zeigt, dass die älteren Kolleg*innen zunehmend in Führungsfunktionen sind. Jedoch ist 35 Prozent der Geschäftsführung jünger als 45 Jahre.

Moderate Unterschiede



Die Altersstruktur unterscheidet sich in den verschiedenen Agenturbereichen moderat. So sind die über 45-jährigen Kolleg*innen am häufigsten im Management, in der Kreation und im Bereich Data & Insights zu finden.

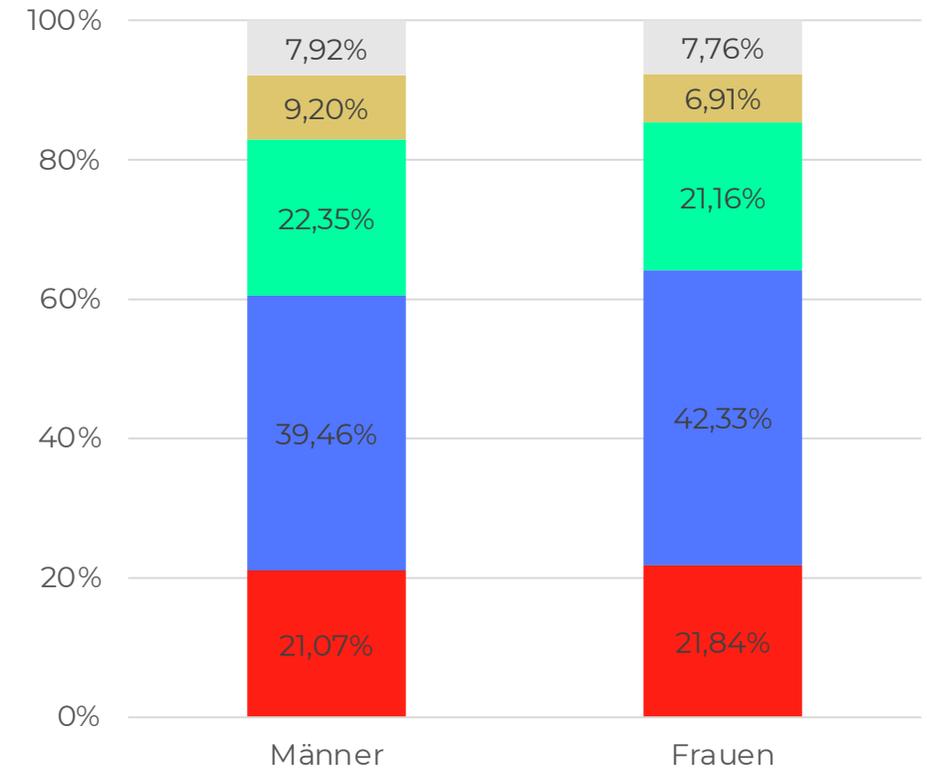
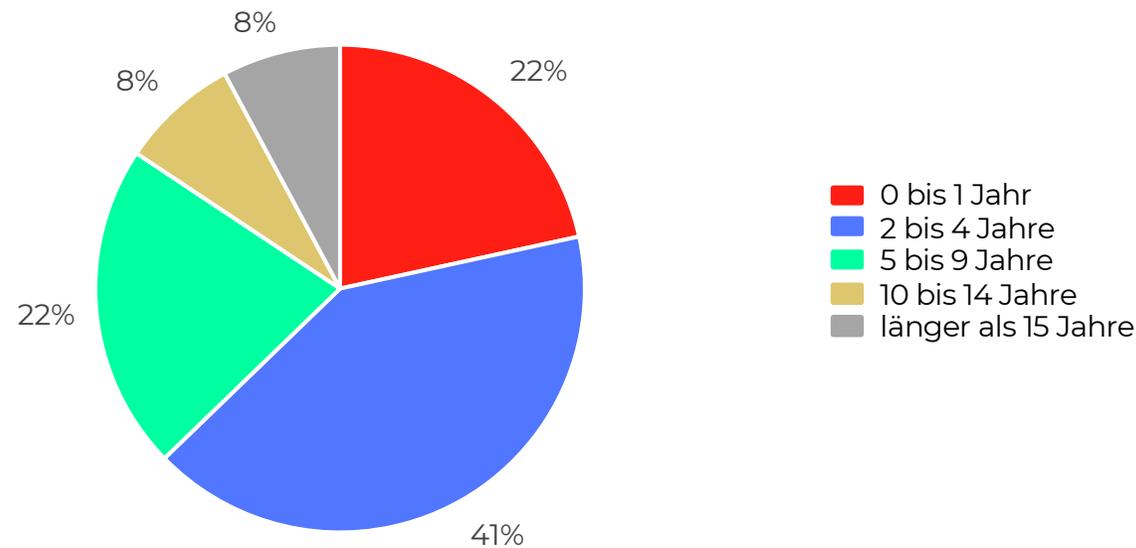
Jüngere aus dem Ausland



Die wenigen Agenturmitarbeiter*innen aus dem nicht-europäischen Ausland sind jung: zwei Drittel sind maximal 35 Jahre. Tendenziell etwas älter sind die Kolleg*innen aus EU-Ländern, unter denen die 35-44-Jährigen den größten Anteil stellen.

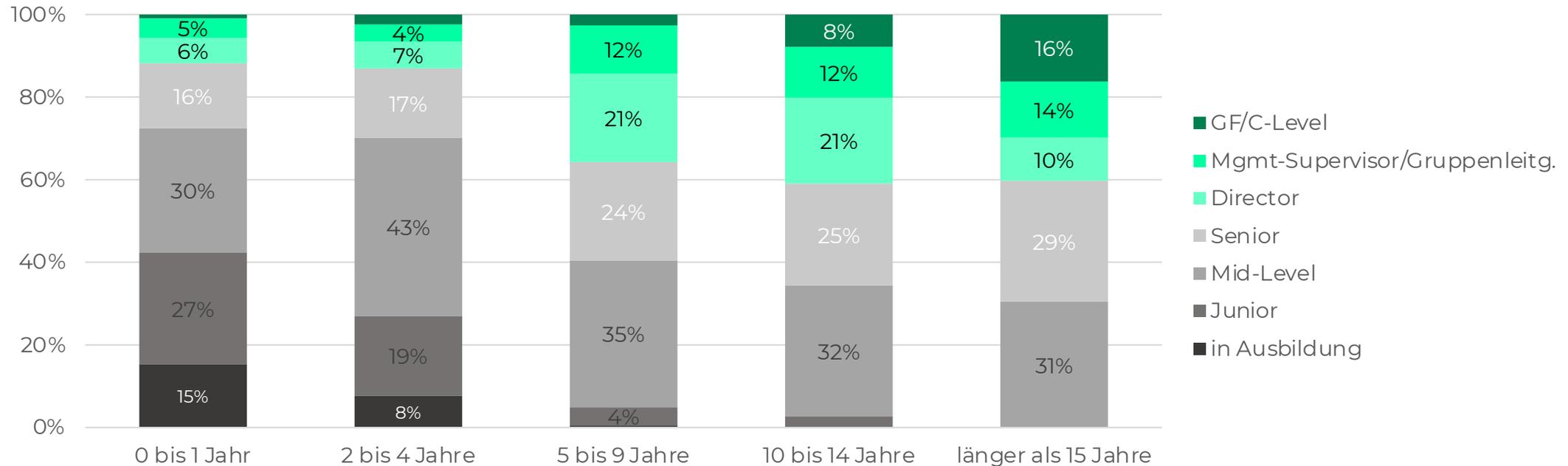
Betriebszugehörigkeit der Mitarbeiter*innen

Das Gros bleibt max. 4 Jahre



Knapp zwei Drittel der Agenturmitarbeiter*innen sind maximal vier Jahre im aktuellen Unternehmen. 16 Prozent bleiben zehn Jahre und länger in ihrer Agentur. Dies unterscheidet sich kaum zwischen den Geschlechtern.

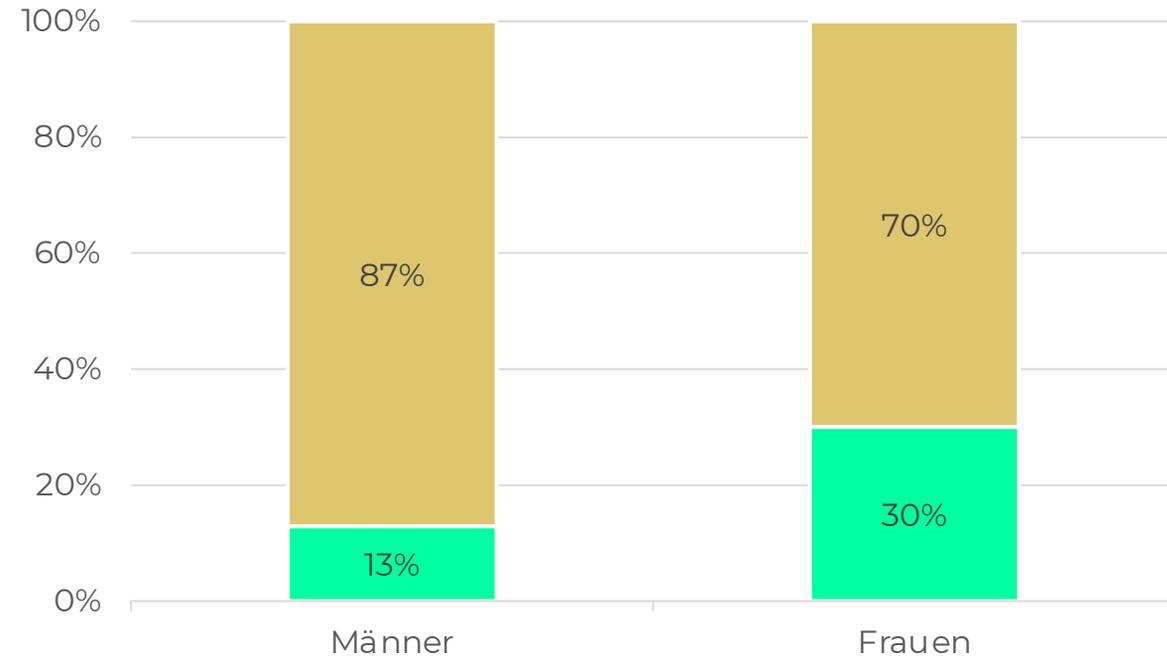
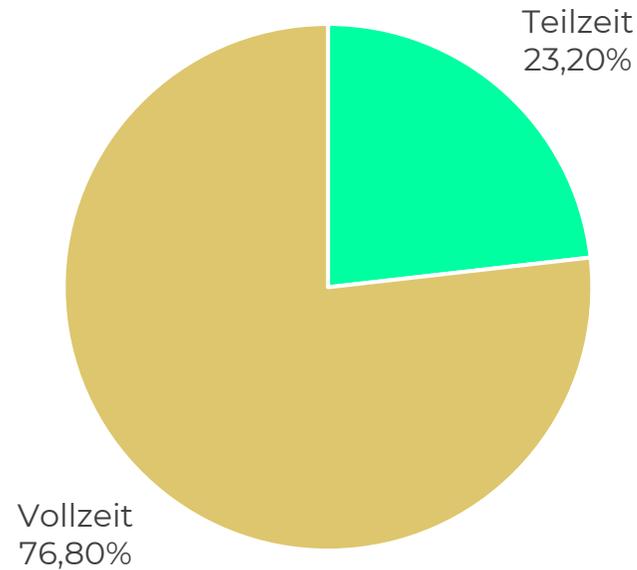
Wenig Neuzugänge in der Führung



Knapp ein Drittel der Kolleg*innen, die mind. 15 Jahre in der Agentur sind, sind auch Führungskräfte auf erster oder zweiter Ebene. Die neueren Kolleg*innen mit bis zu vier Jahren Betriebszugehörigkeit sind selten Vorgesetzte.

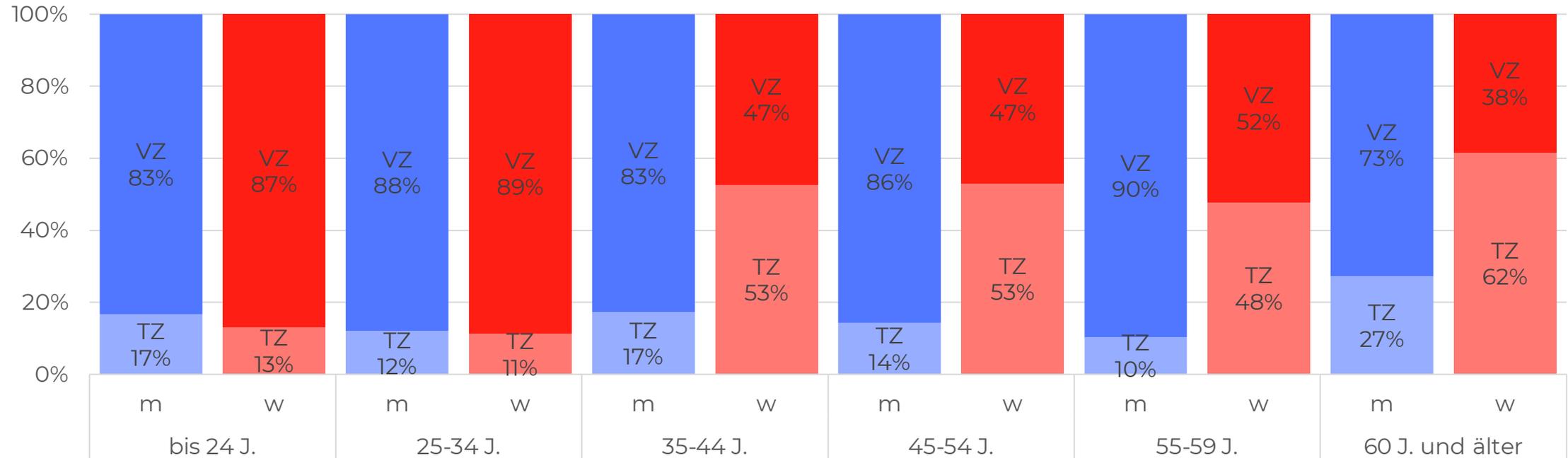
Arbeitszeit

Ein Viertel in Teilzeit



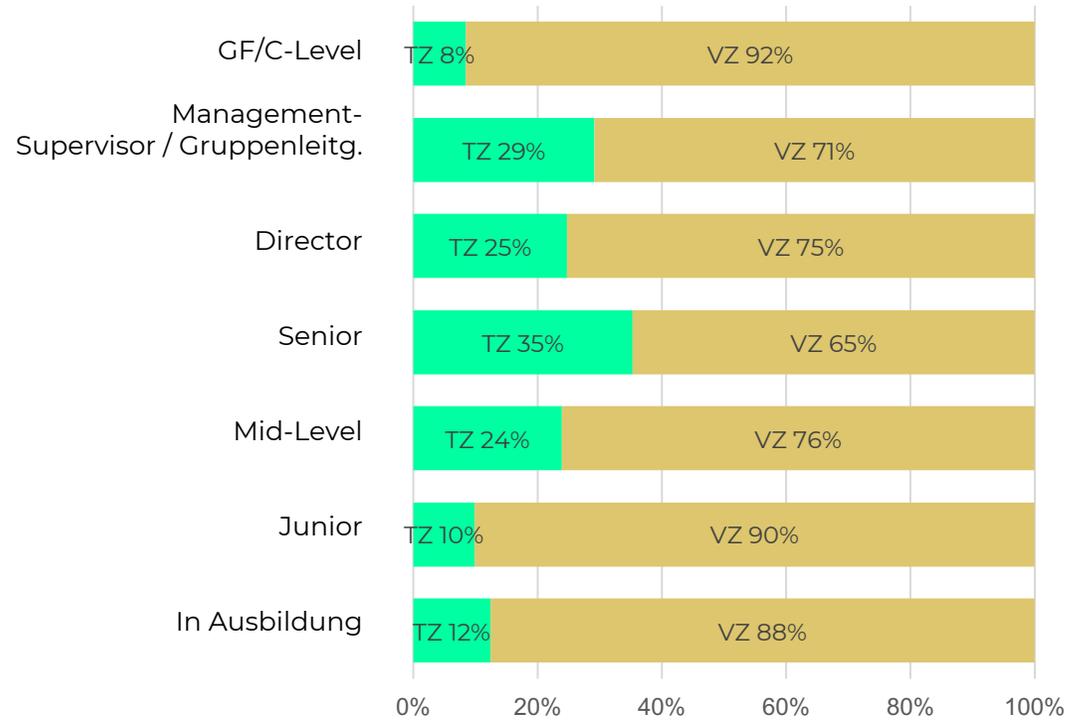
Fast ein Viertel der Agenturbelegschaft arbeitet in Teilzeit. Während 30 Prozent der Frauen in Teilzeit tätig sind, ist dies bei 13 Prozent der Männer der Fall.

Frauen bleiben in Teilzeit



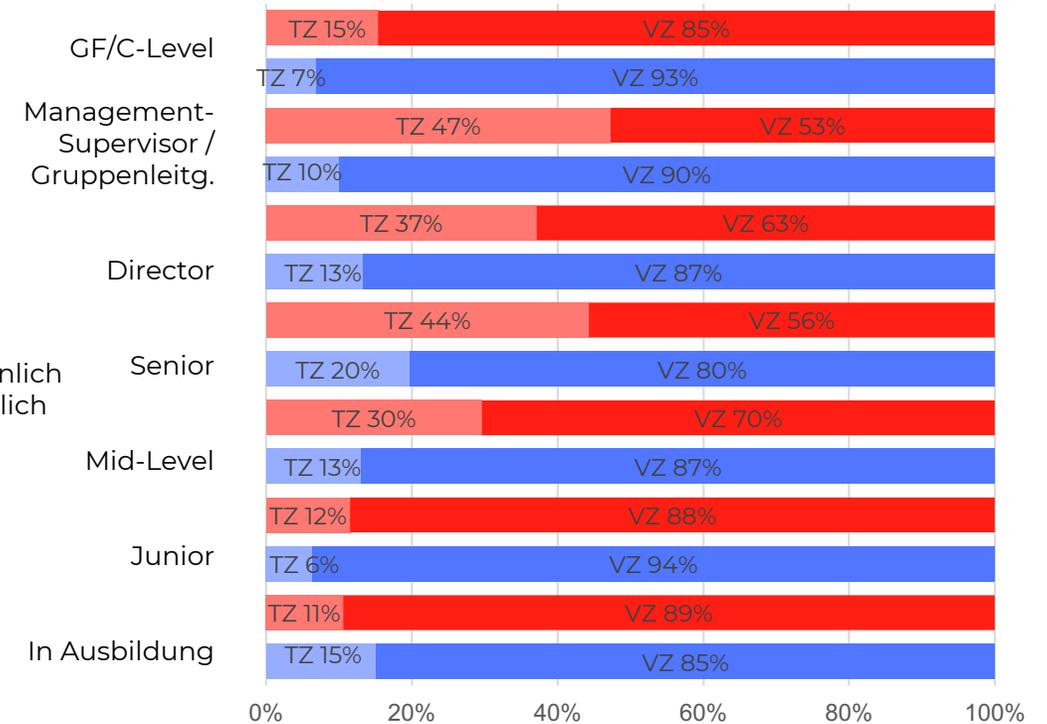
Etwa die Hälfte der Frauen ab 35 Jahre arbeitet in Teilzeit. Dieser Anteil geht später kaum wieder zurück. Auch bei Männern steigt der Anteil an Teilzeit in diesem Alter leicht an, reduziert sich später jedoch wieder etwas.

Teilzeit auch in der Führung



TZ
VZ

männlich
weiblich



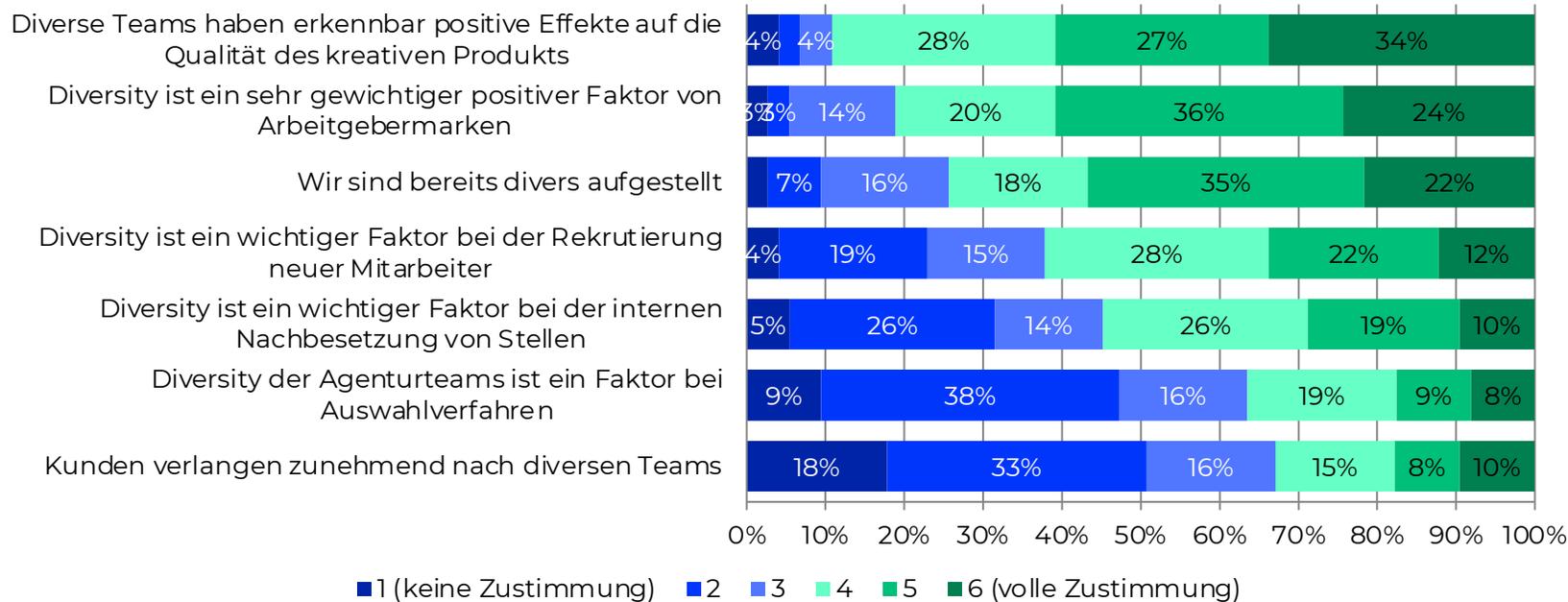
Teilzeitmodelle werden in Agenturen auch in Führungspositionen praktiziert. Fast die Hälfte der Frauen der zweiten Führungsebene arbeiten nicht voll. Bei Männern ist der Anteil an Teilzeitkräften auf Senior-Level mit 20 Prozent am höchsten.

Relevanz von Diversity für Agenturen

Diversität auf der Agenda

GWA Frühjahrsmonitor 2021

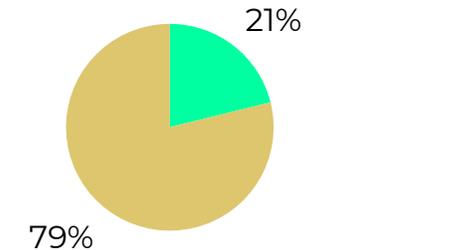
Wie beurteilen Sie folgende Aussagen?



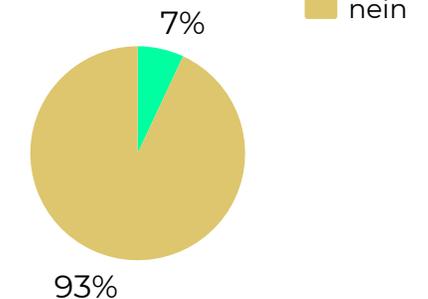
Basis: Online-Befragung von 84 Agenturen im Februar und März 2021

Fast alle Agenturen stellen positive Effekte von Diversität auf die Kreation fest. Drei Viertel sehen ihre Agentur bereits divers aufgestellt. Für mehr als die Hälfte ist es ein wichtiger Faktor bei der Besetzung von Stellen. Eine Quote planen nur wenige Agenturen.

Wir haben Prozesse implementiert, um mehr Diversität im Team zu ermöglichen



Wir planen eine Quote für die Agentur



Pressekontakt

**Simone
Reifenberger**

Tel: 069 / 256008-29
simone.reifenberger@gwa.de

