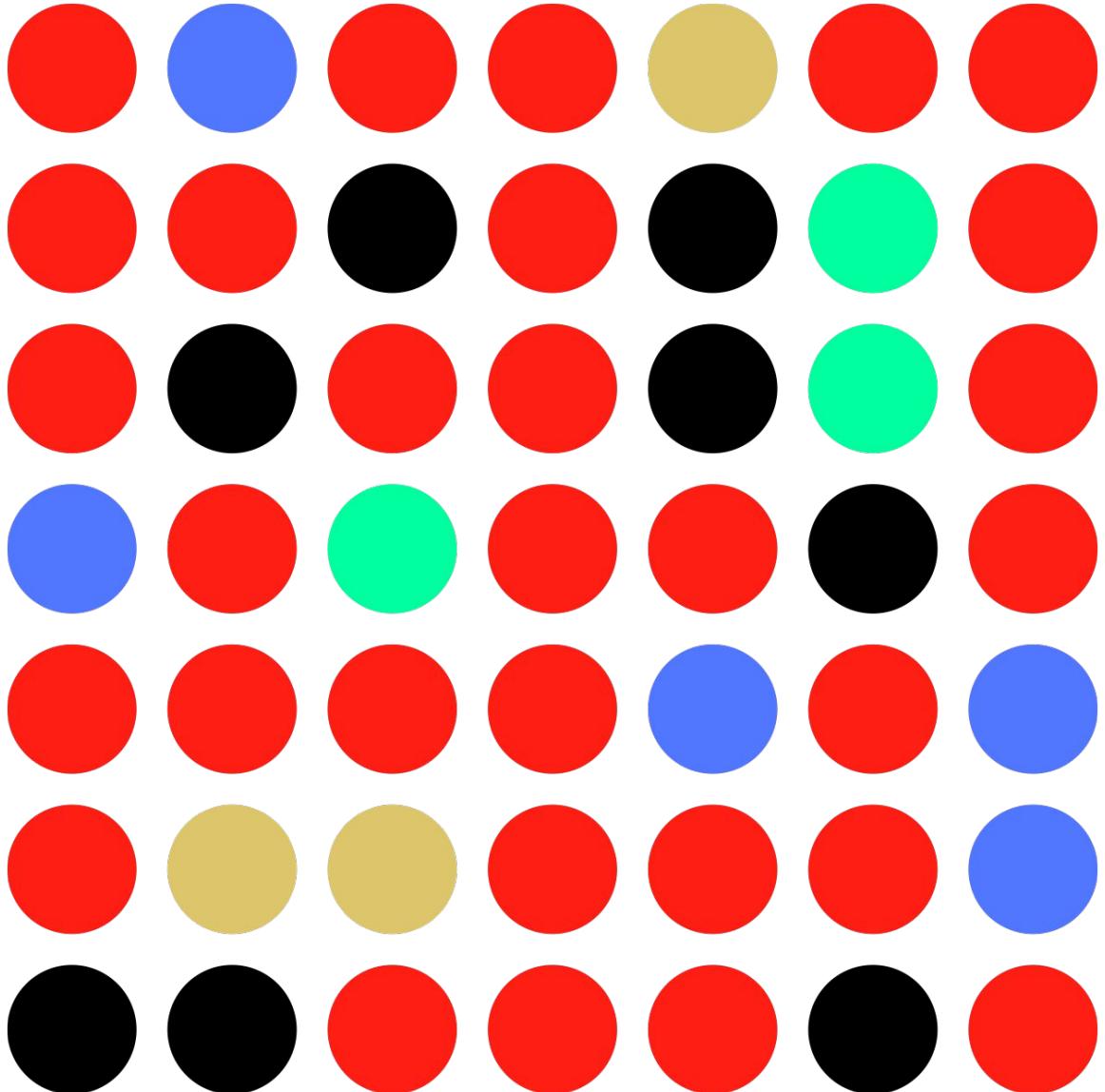




Deutschlands
führende
Agenturen

GWA Diversity Umfrage 2025



Ziel der Umfrage

Die letzte GWA-Diversity-Umfrage hat Daten aus 2023 erhoben. Ziel der vorliegenden, neuen Erhebung ist es, den aktuellen Status quo verschiedenster Vielfaltsdimensionen abzubilden.

Abweichend zum bisherigen Vorgehen (Abfrage der Daten über P&O-Abteilungen) haben wir diesmal eine GWA-Umfrage aufgesetzt und zur Teilnahme aller Mitgliedsagenturen und ihrer Mitarbeitenden aufgerufen.

Damit erheben wir erstmals Vielfaltsdimensionen (Religion, Neurodiversität, ethnische Herkunft) jenseits der regulären Personalstammdaten (Alter, Geschlecht, Nationalität) - und konnten so einen noch umfangreicheren Blick auf die gelebte Diversität der GWA-Mitgliedsagenturen erlangen.

Eine typische Kollegin

Die Persona entstand auf Basis der meistgenannten Daten in unserer Umfrage.

Laura Weber ist 29 Jahre alt und arbeitet als strategische Beraterin in einer mittelgroßen Kommunikationsagentur. Sie hat Kommunikationswissenschaft im Master studiert und ist seit einigen Jahren mit Begeisterung in der Branche tätig. Laura ist eine weiße, heterosexuelle Cis-Frau, religionslos und lebt in einer Partnerschaft, Kinder hat sie keine.

"Ich liebe, was ich tue – aber manchmal habe ich das Gefühl, dass Engagement allein nicht reicht, um wirklich weiterzukommen."*



Kernaussagen zu erlebter Vielfalt

- Die Branche wird mehrheitlich als inklusiv empfunden. Ein Großteil der Mitarbeitenden fühlt sich im Agenturalltag zugehörig und wertgeschätzt. Dieses Gefühl ist in der direkten Teamarbeit noch deutlicher ausgeprägt.
- Mitarbeitende der Branche haben mehrheitlich das Gefühl, ihre Meinung frei und ohne Angst vor negativen Folgen äußern zu können.
- Führung wird überwiegend als inklusiv erlebt. Bei fairen Entwicklungschancen gibt es noch Luft nach oben.
- Bemühungen der Agenturen, ein diverses und inklusives Umfeld zu schaffen, werden wahrgenommen, wie etwa die gezielte Rekrutierung von Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen.

Kernaussagen zu erlebter Vielfalt

- 22 Prozent der Mitarbeitenden berichten über erlebte Diskriminierung.
- Frauen erfahren deutlich häufiger Benachteiligung als Männer (28% vs. 12%).
- Weibliche Mitarbeitende geben an, primär aufgrund ihres Geschlechts (17,8%) beziehungsweise ihres Alters (6,6%) diskriminiert worden zu sein.
- Unter Männern ist die am häufigsten erlebte Form der Benachteiligung Altersdiskriminierung (4%).

Kernaussagen Diversitätsdimensionen

- Die Branche ist jung. Aber der Nachwuchs fehlt (18 - 24 Jahre). Ältere Arbeitnehmende (+55) sind ebenfalls wenig präsent.
- Die Branche ist weiblich: 63% sind Frauen, 31% Männer, knapp 4% stufen sich als divers ein.
- Die Branche ist heterosexuell: Nur 5% bezeichnen sich als homosexuell, 6,6% sind bisexuell
- Die Branche ist ethnisch homogen zusammengesetzt: BIPOC-Mitarbeitende und Menschen mit Migrationserfahrung sind noch unterrepräsentiert.
- Die Branche ist wenig international: Nur 9% haben keinen deutschen Pass.

Kernaussagen Diversitätsdimensionen

- Die Branche ist nicht religiös: Christ*innen bilden unter den Gläubigen die Mehrheit, andere Religionen sind quasi nicht vertreten.
- Die Branche ist akademisch: Hohe Bildungsabschlüsse überwiegen - alternative Bildungskarrieren sind selten.
- Die Branche trägt elterliche Verantwortung: Knapp 1/3 der Mitarbeitenden sind Eltern von minderjährigen Kindern.
- Die Branche hat Mitarbeitende mit gesundheitlichen Besonderheiten: 17% der Befragten leben mit einer dauerhaften psychischen oder körperlichen Besonderheit.

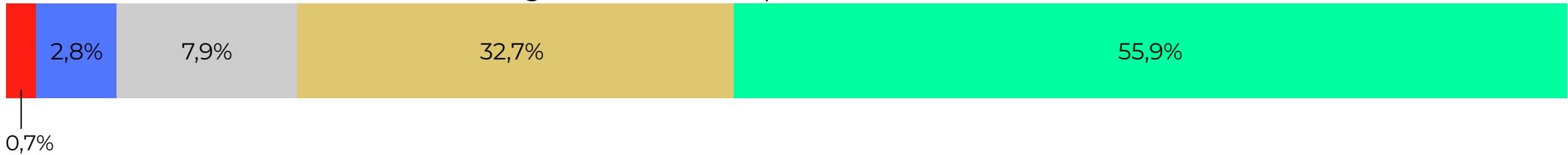
Fragenset zur Erfahrung mit DEI im Agenturalltag

Zugehörigkeit & Wertschätzung

Ich fühle mich von meiner Agentur wertgeschätzt.



Ich fühle mich von meinem Team wertgeschätzt und respektiert.



Ich habe das Gefühl in meiner Agentur wirklich dazuzugehören.



Stimme überhaupt nicht zu

Stimme eher nicht zu

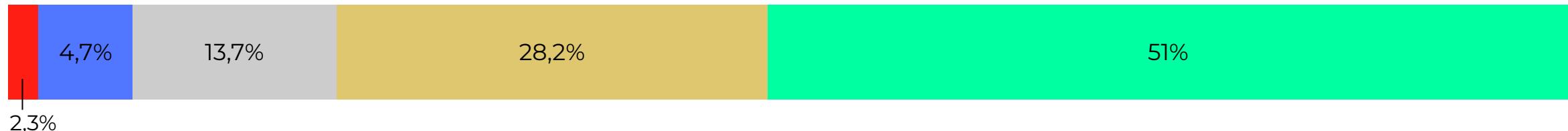
weder noch

Stimme eher zu

Stimme voll und ganz zu

Psychologische Sicherheit & Authentizität

Ich kann meiner Führungskraft ethische Bedenken mitteilen, ohne Angst davon Nachteile zu haben.



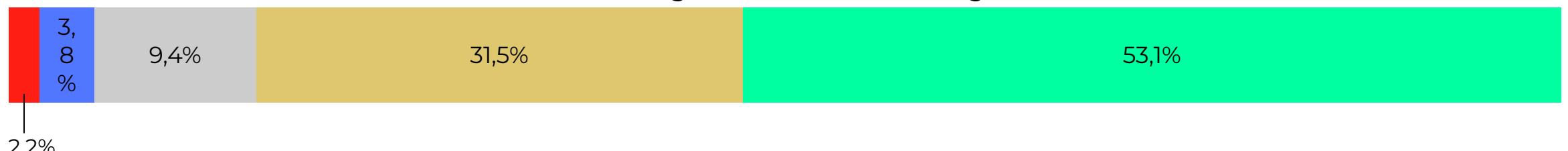
Ich habe das Gefühl, dass meine Meinung in Meetings und Diskussionen gehört wird.



Ich kann meine Ideen und Perspektiven offen äußern, ohne Angst vor negativen Konsequenzen.

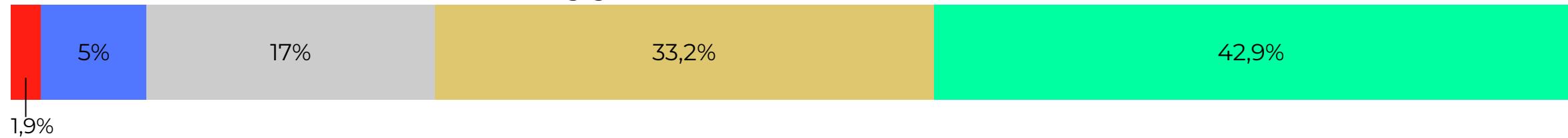


Ich kann bei der Arbeit authentisch sein, ohne Angst vor Diskriminierung.

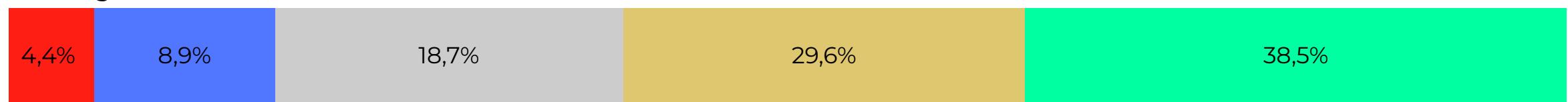


Leadership & Fairness

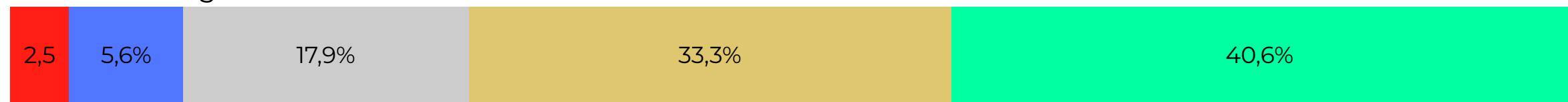
Die Mitarbeitenden hier werden unabhängig von ihren Unterschieden fair behandelt.



Ich empfinde meine Karriereentwicklungsmöglichkeiten als fair und gleichberechtigt, unabhängig von meinem Hintergrund.



Meine Führungskraft schafft ein inklusives Arbeitsumfeld.



Stimme überhaupt nicht zu

Stimme eher nicht zu

weder noch

Stimme eher zu

Stimme voll und ganz zu

DEI im Arbeitsumfeld

Ich glaube, dass sich die Agentur aktiv darum bemüht, ein inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen.



Meine Agentur stellt Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen ein.



Stimme überhaupt nicht zu

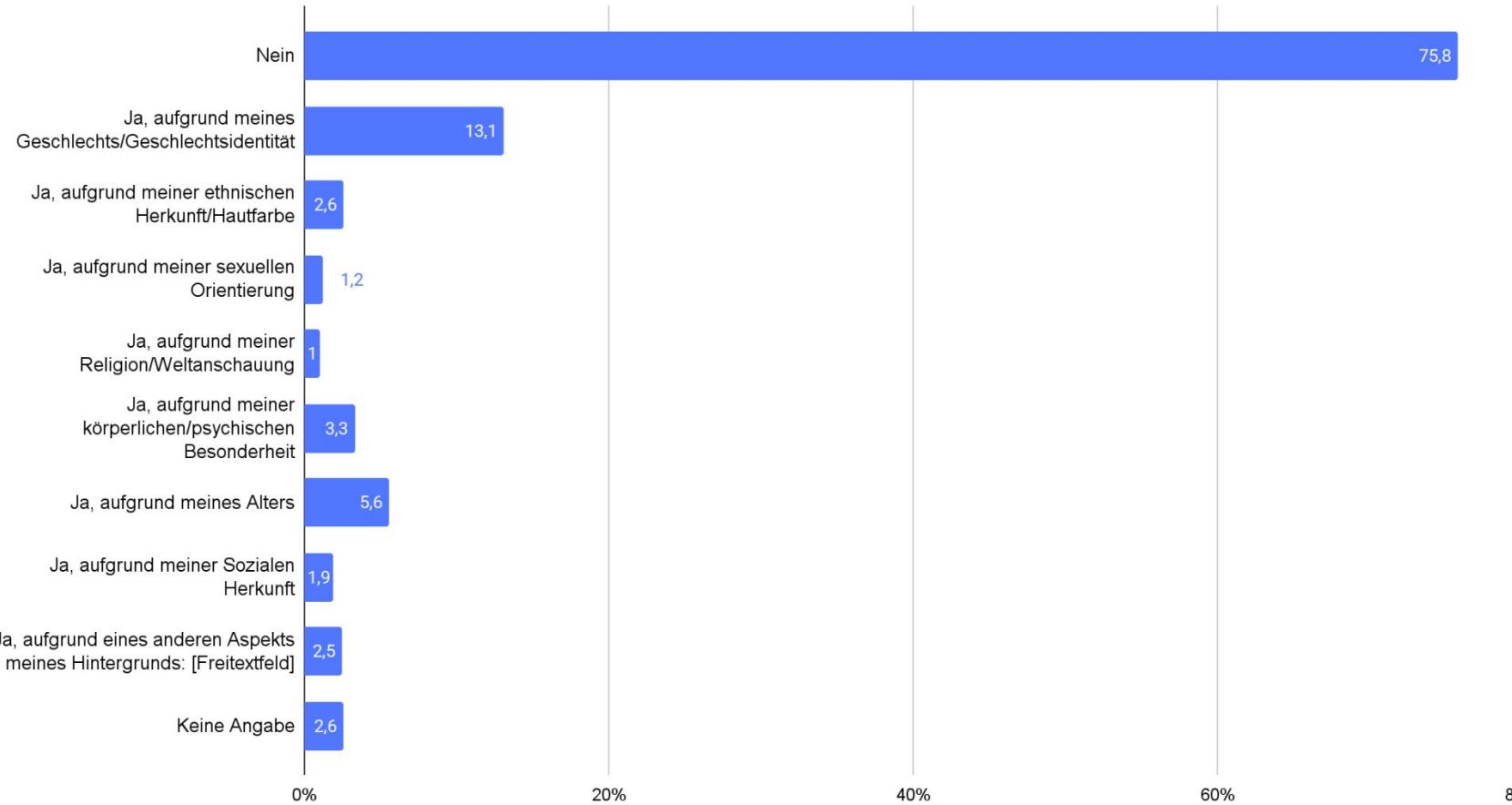
Stimme eher nicht zu

weder noch

Stimme eher zu

Stimme voll und ganz zu

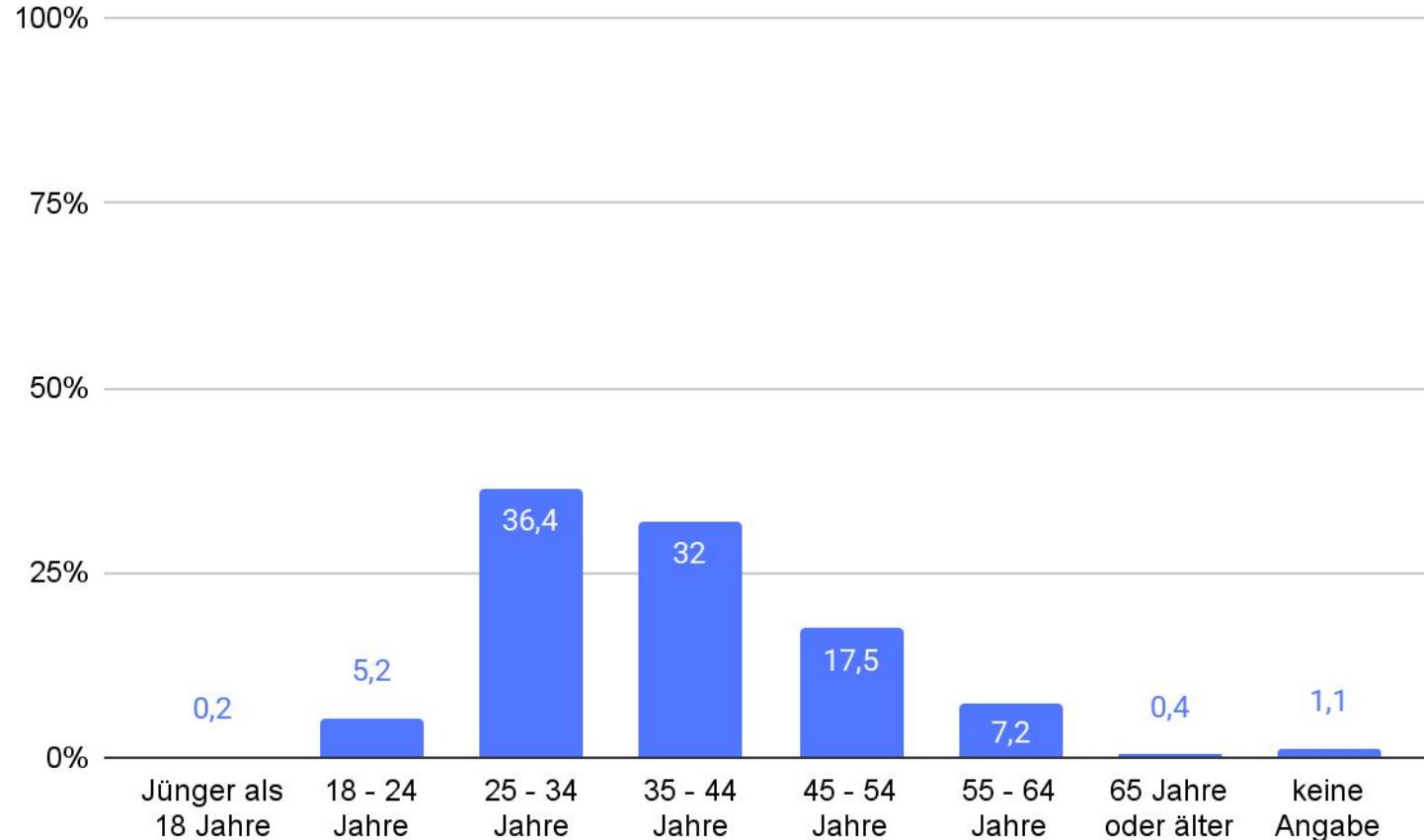
Diskriminierung: Mehrheit der Mitarbeitenden hat keine Diskriminierungserfahrung



- Etwa 13% haben aufgrund ihres Geschlechts bereits negative Erfahrungen gemacht. Dies gaben vor allem Frauen an
- 5,6% gaben an, bereits Altersdiskriminierung erlebt zu haben. Das war unter den Männern die am meisten genannte Diskriminierungserfahrung

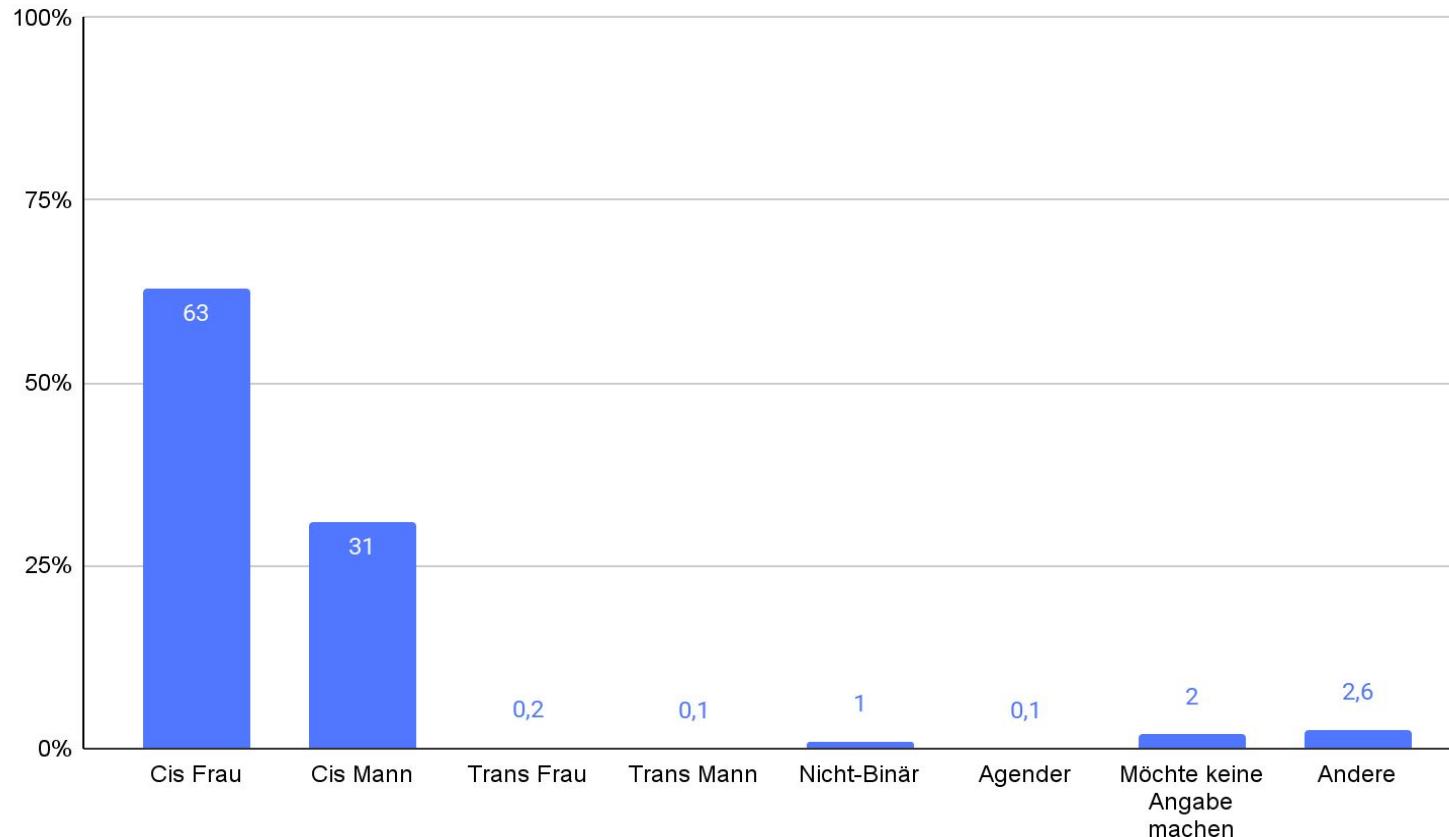
Fragenset zu Diversitätsmerkmalen der Mitarbeitenden

Altersgruppen: Rund 68% der Mitarbeitenden sind zwischen 25 und 44 Jahren alt



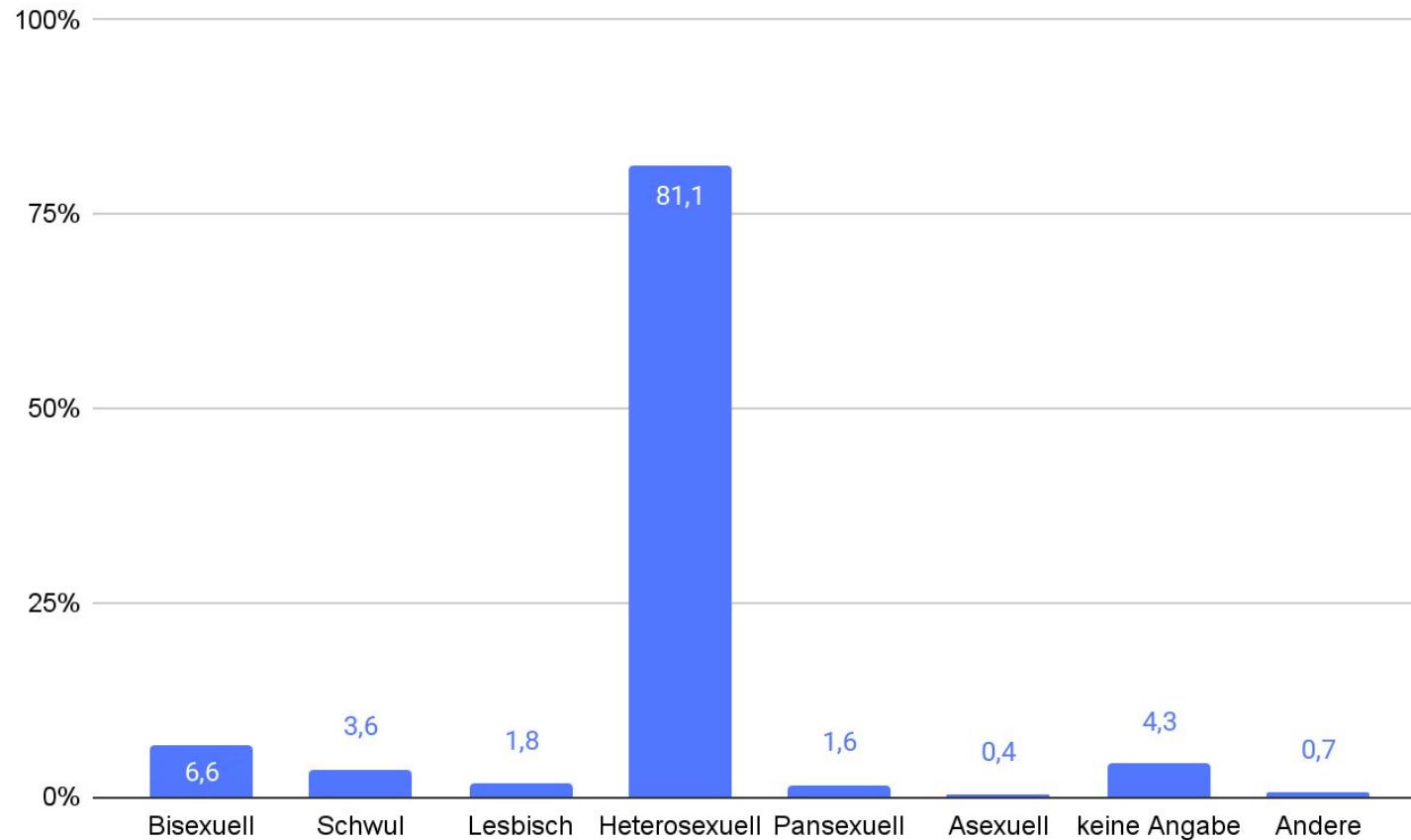
- Nur 5% der Mitarbeitenden sind zwischen 18 und 24 Jahren alt
- Auch ältere Arbeitnehmende sind nur gering vertreten: gut 7% sind +55 Jahre alt
- Zur Einordnung: Bundesweit ist die Erwerbstätigkeit nach Altersgruppen etwas ausgeglichener verteilt. Mit 23,04%, hat die Gruppe zwischen 55 und 64 Jahren den höchsten Anteil. Darauf folgen die Gruppe zwischen 35 und 44 (22,3%) und die Gruppe zwischen 45 und 54 (20,8%)*

Geschlechtsidentität: 94% der Mitarbeitenden sind Cis-geschlechtlich



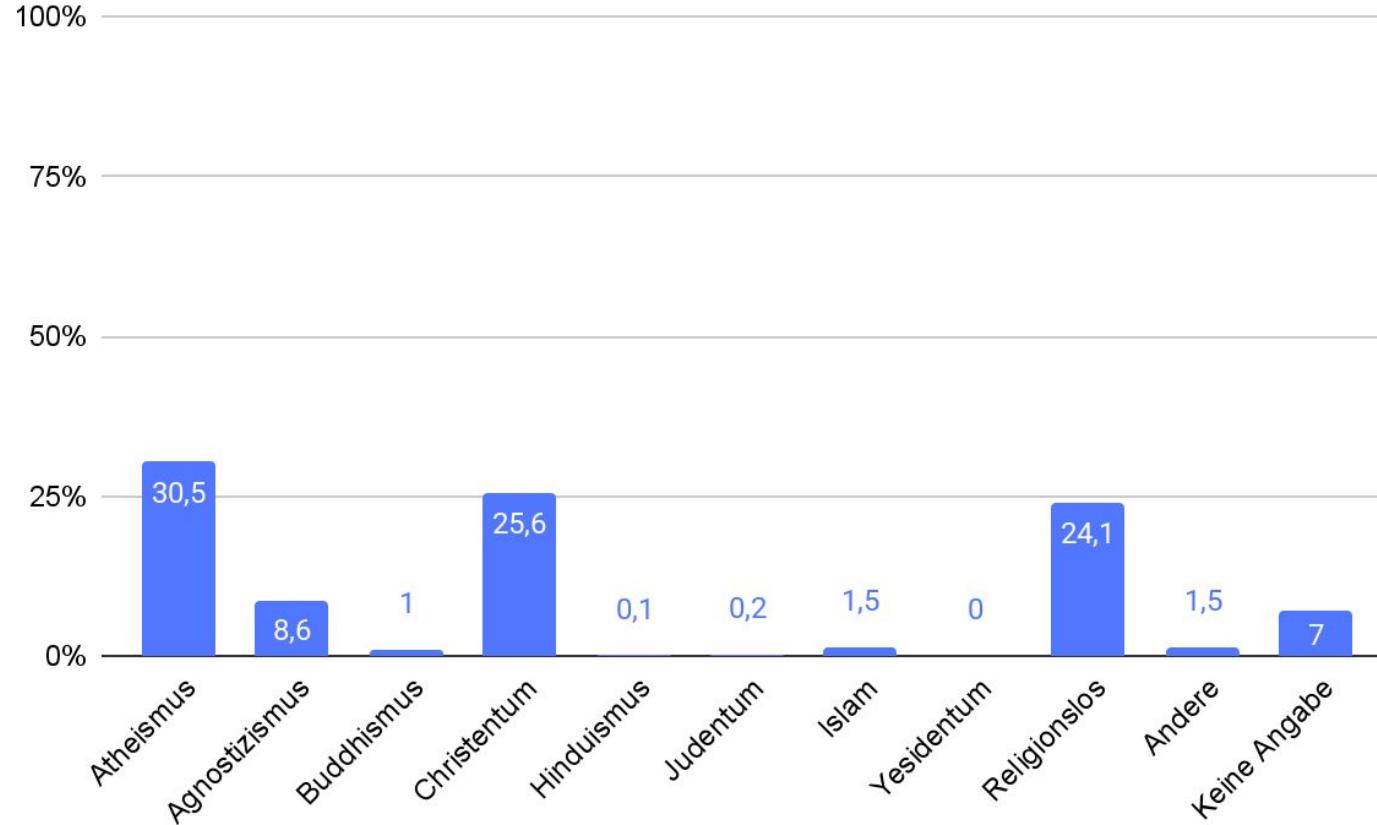
- 1,5% der Mitarbeitenden bezeichnen sich als divers
- In unserer Umfrage von 2023 war den Personaldaten nur eine diverse Person zu entnehmen
- Zur Einordnung: Bundesweit sind 46,9% der Erwerbstätigen Frauen und 53,1% Männer. Allerdings wurden hier keine weiteren Geschlechtsidentitäten berücksichtigt*

Sexuelle Orientierung: Über 80% aller Mitarbeitenden sind heterosexuell



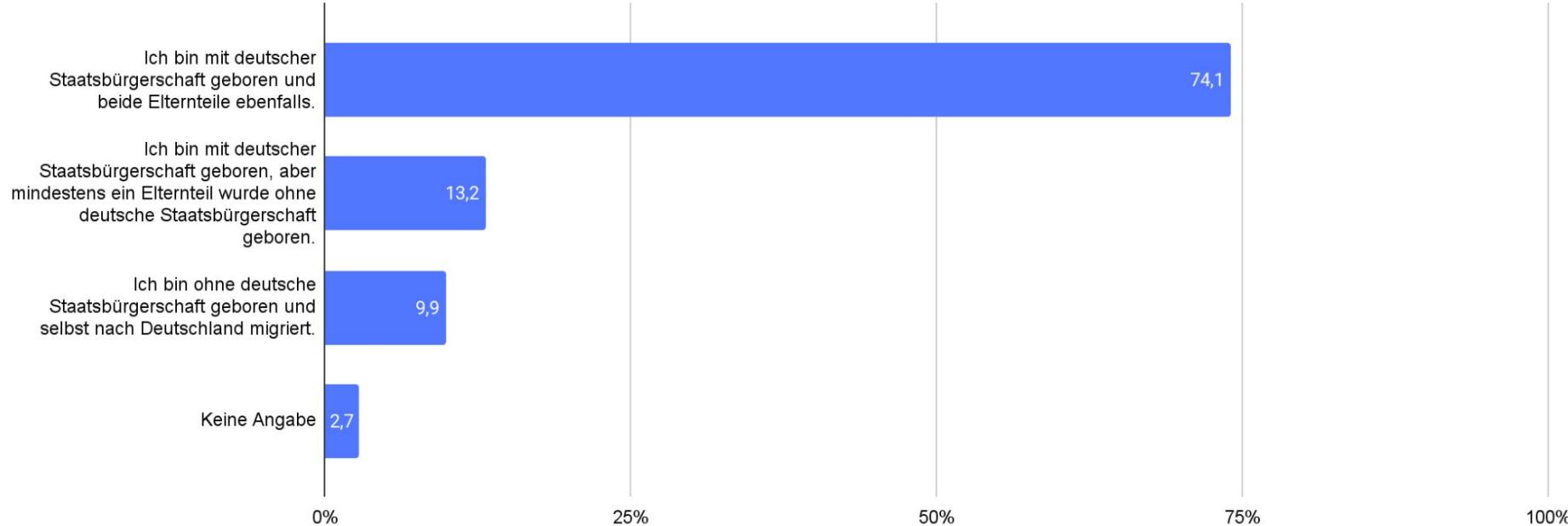
- 5% aller Mitarbeitenden sind homosexuell, 6,6% sind bisexuell
- *Zur Einordnung: In Deutschland liegt der Anteil der Personen, die sich selbst als lesbisch, schwul, bisexuell, trans, nicht-binär, pansexuell oder asexuell beschreiben, aktuell bei 12%**

Religion/religiöse Ansichten: Die Mehrheit der Mitarbeitenden ist nicht-religiös



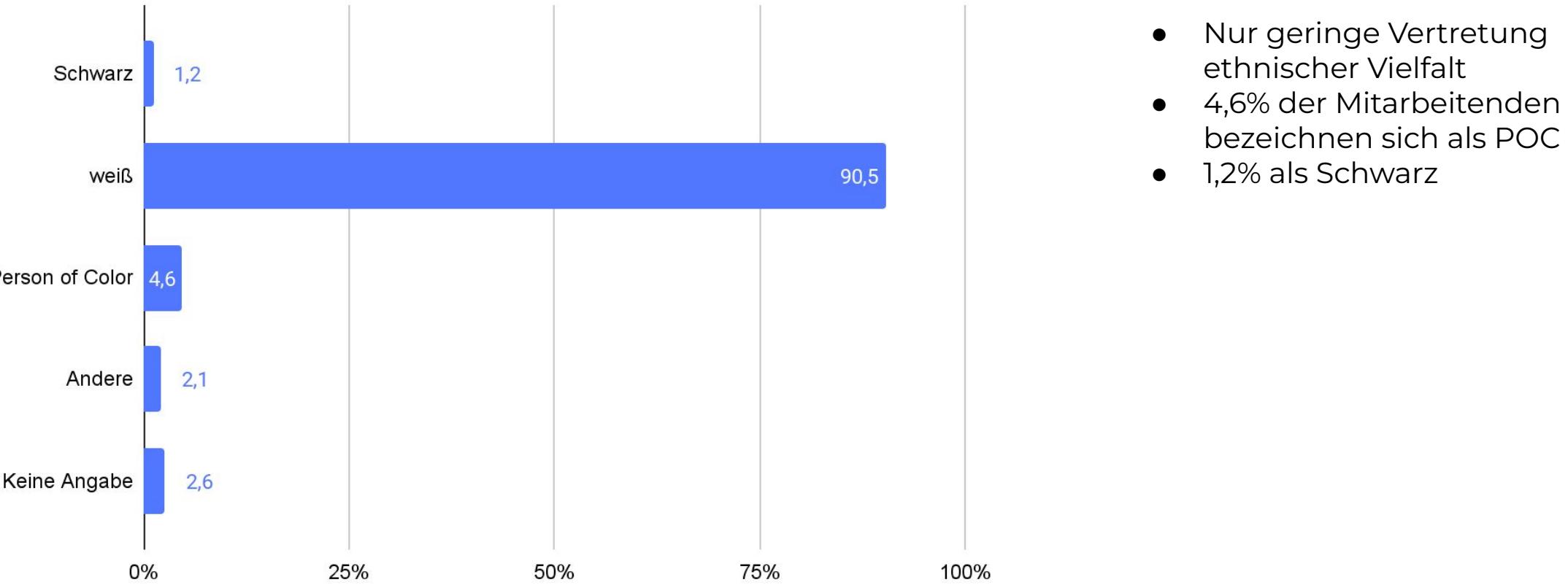
- Jede*r vierte Mitarbeitende ist Christ*in
- Andere Religionen sind kaum vertreten: 1,5% Islam, 1% Buddhismus, 0,2% Judentum
- *Zur Einordnung: Stand 2024 sind die meisten Menschen, die einer Religion angehören, in christlichen Religionsgemeinschaften. 5,5 Millionen Menschen gehören dem Islam an.**

Nationalität: Knapp 1/4 der Mitarbeitenden hat eine Migrationsgeschichte

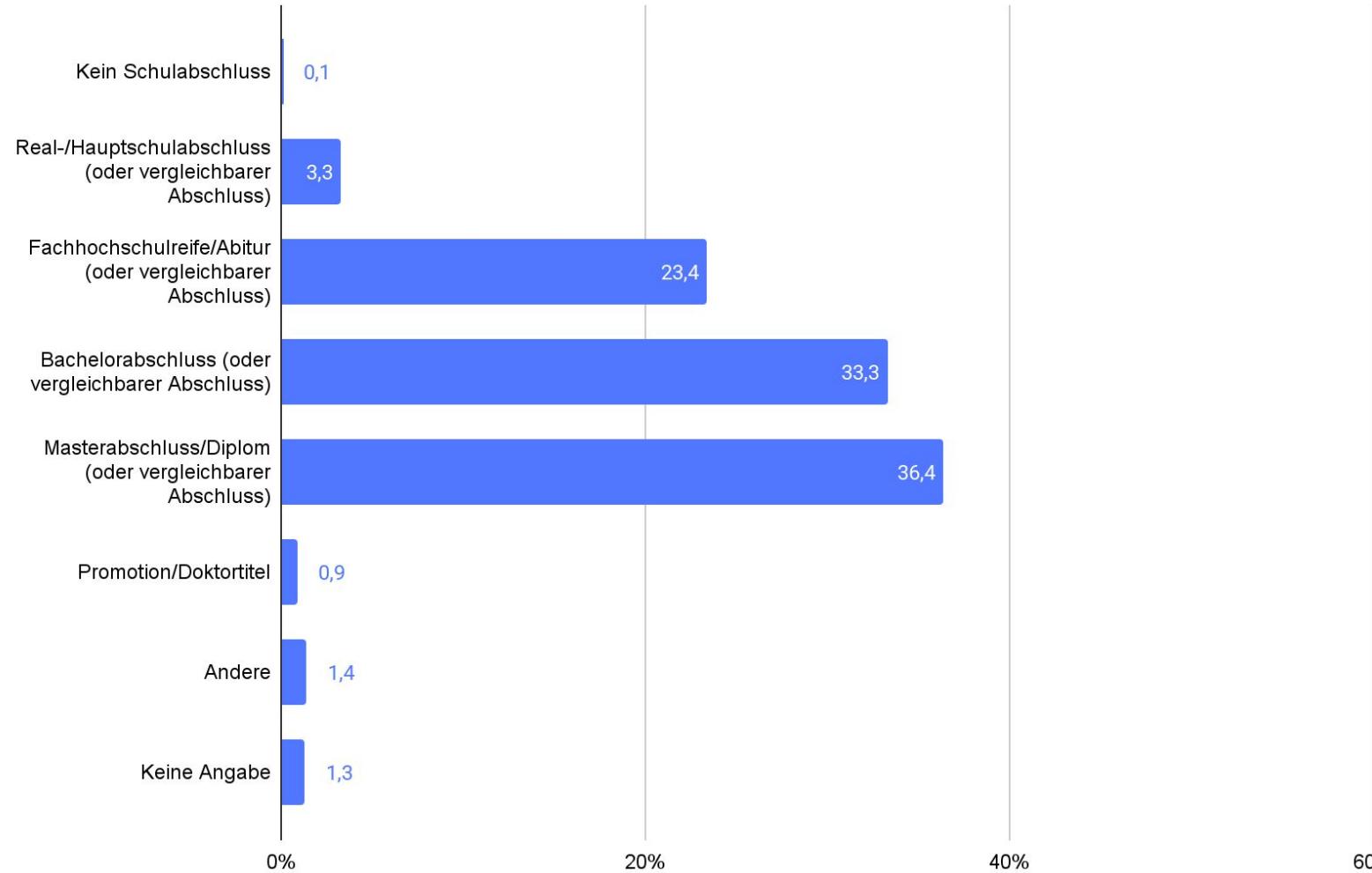


- 13% haben einen Migrationshintergrund
- Im Vergleich zu 2023 ist die Branche etwas internationaler geworden: 2023 waren noch 89,4% der Mitarbeitenden aus Deutschland, aktuell sind es 87,3%
- Knapp 10% sind Ausländer*innen (kein Deutscher Pass)
- Zur Einordnung: 30,4% der Gesamtbevölkerung in Deutschland haben einen Migrationshintergrund. 63% aller Personen mit Migrationshintergrund sind selbst eingewandert, knapp 37% sind in Deutschland geboren*

Ethnische Zugehörigkeit: 90,5% der Mitarbeitenden sind weiß



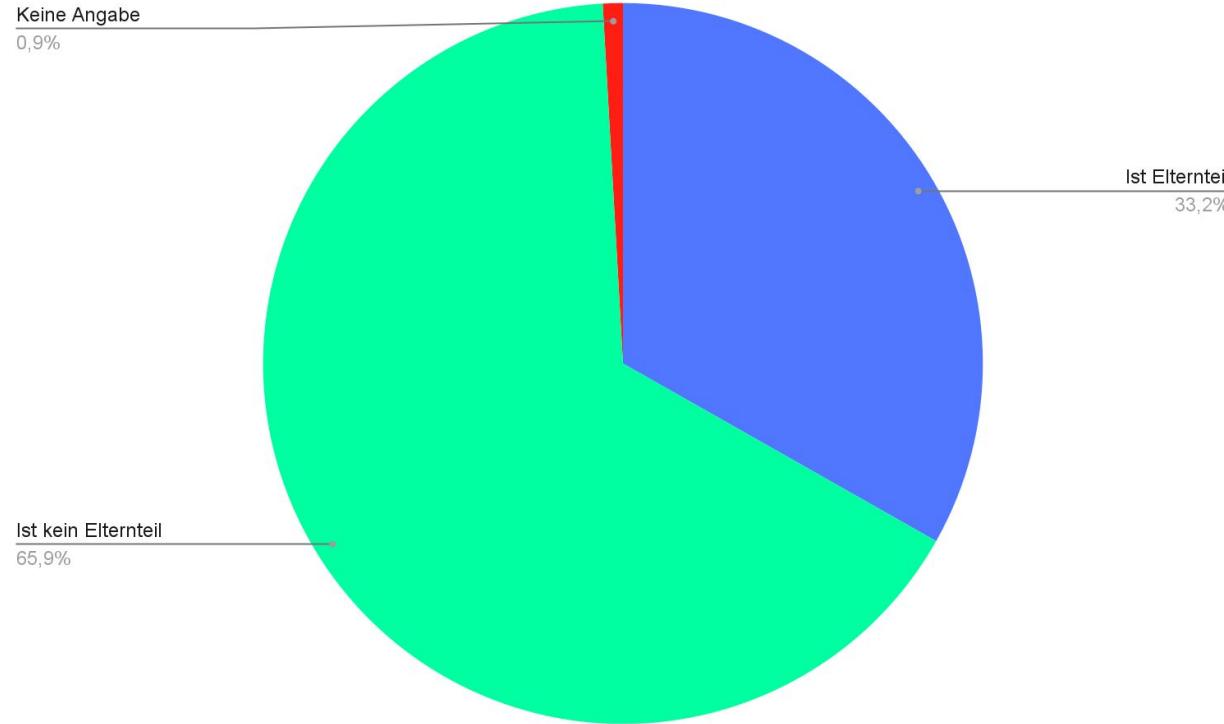
Bildungsabschluss: Knapp 70% der Mitarbeitenden haben studiert



- 36% haben einen Master oder Diplom
- 23% haben Abitur/Fachhochschulreife
- *Zur Einordnung: In Deutschland hatten 2024 als höchsten Bildungsabschluss 40,5% eine Berufsausbildung, 25,7% einen (Fach-)Hochschulabschluss, 13% Fachschulabschluss (Meister-/Technikerausbildung) und 20,8% waren ohne beruflichen Bildungsabschluss**

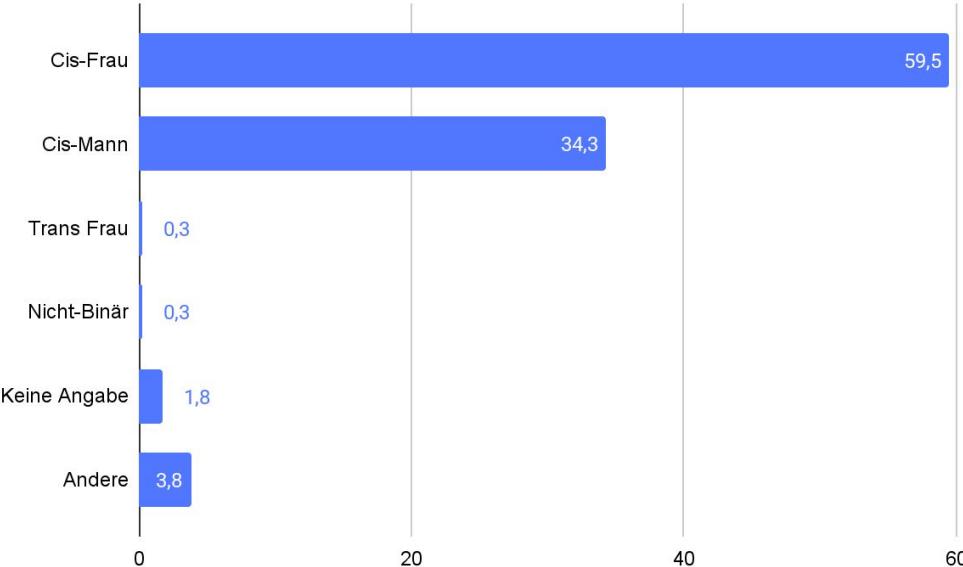
*Quelle: [https://www.szozialpolitik-aktuell.de/files/szozialpolitik-aktuell/_Politikfelder/Arbeitsmarkt/Datensammlung/PDF-Dateien/abblV12.pdf?](https://www.sozialpolitik-aktuell.de/files/szozialpolitik-aktuell/_Politikfelder/Arbeitsmarkt/Datensammlung/PDF-Dateien/abblV12.pdf?) (20.10.2025)

Elternteil oder erziehungsberechtigte Person: Jede*r dritte ist in der Kindererziehung

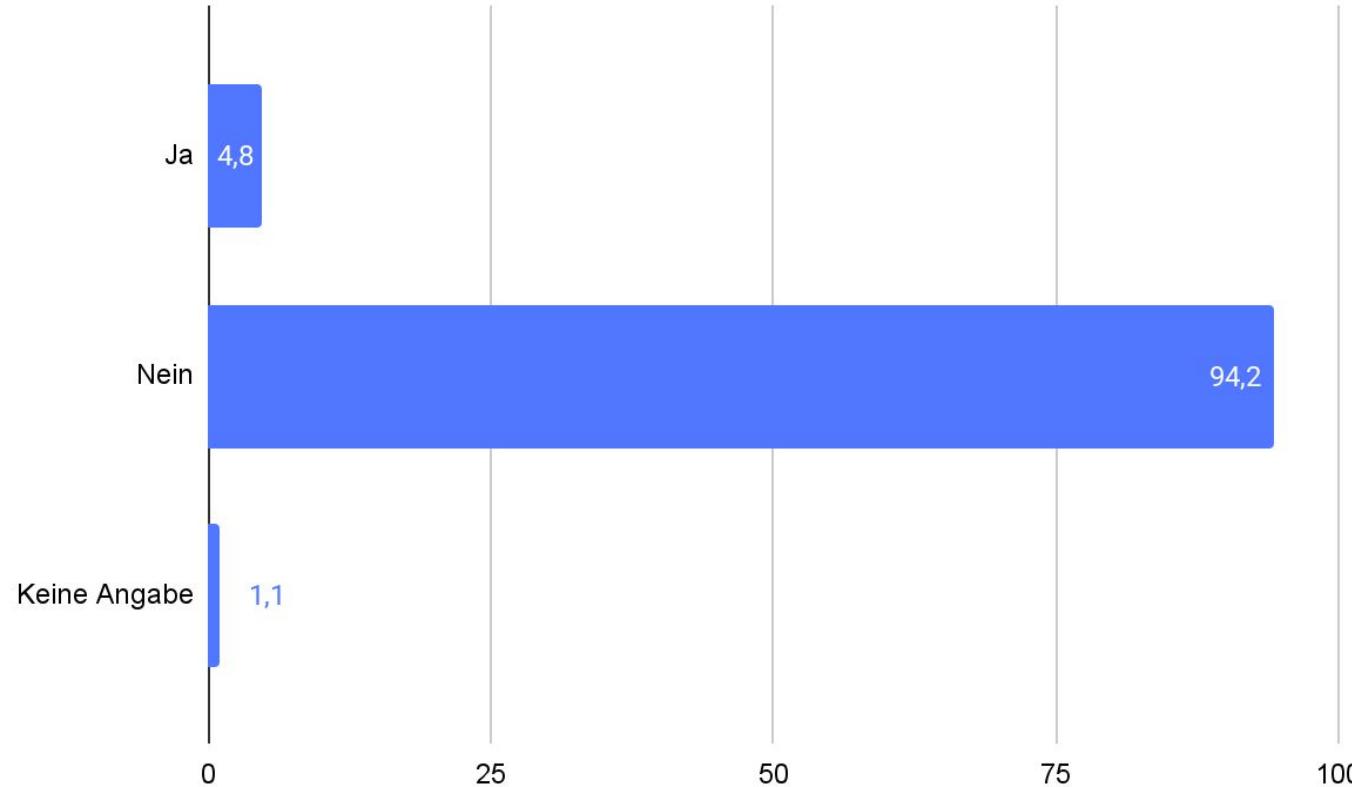


- Jede*r dritte Mitarbeitende ist Erziehungsberechtigte*r
- 59% der Personen in Elternschaft oder in erziehungsberechtigter Funktion sind Frauen, 34% sind Männer

Verteilung der Personen, die Elternteil oder erziehungsberechtigt sind:

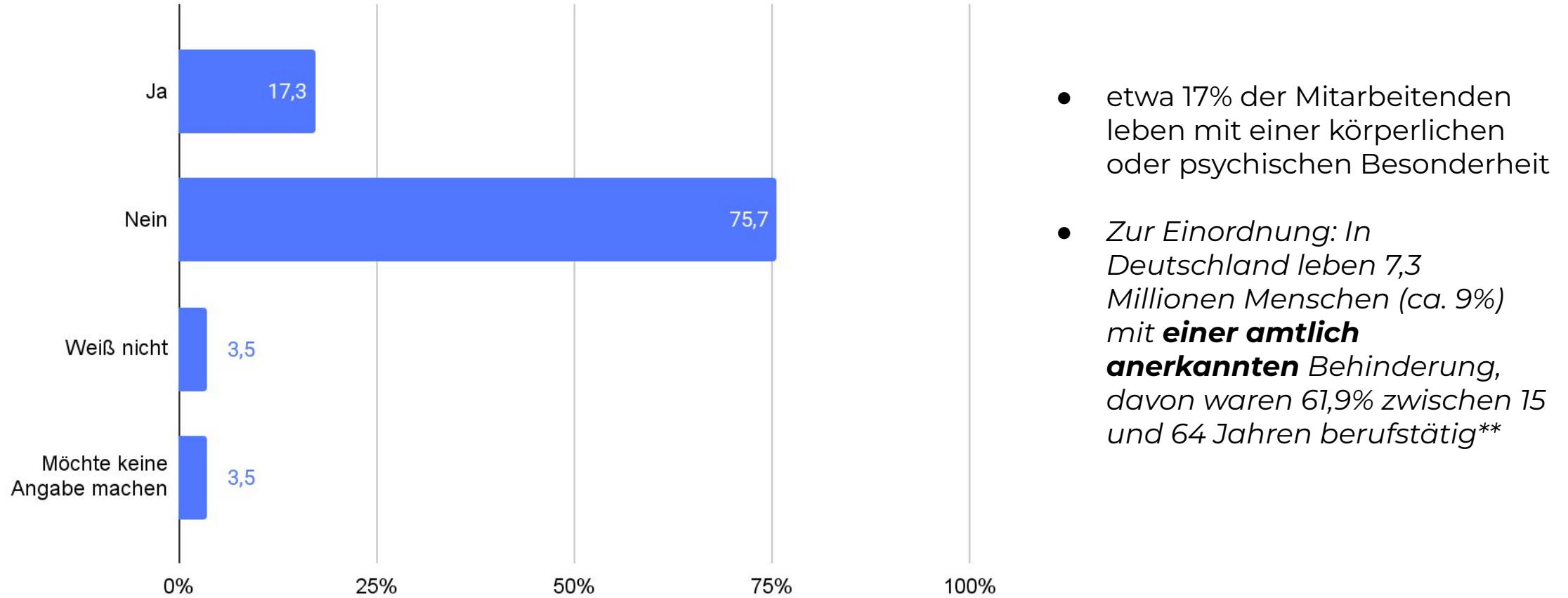


Pflege erwachsener Personen: Kaum Mitarbeitende in Pflegearbeit



- 4,8% haben die Verantwortung für die Pflege einer erwachsenen Person
- *Zur Einordnung: Prognosen weisen für Deutschland auf eine steigende Zahl der Pflegebedürftigen bei sinkender Zahl potenzieller Pflegekräfte hin.**

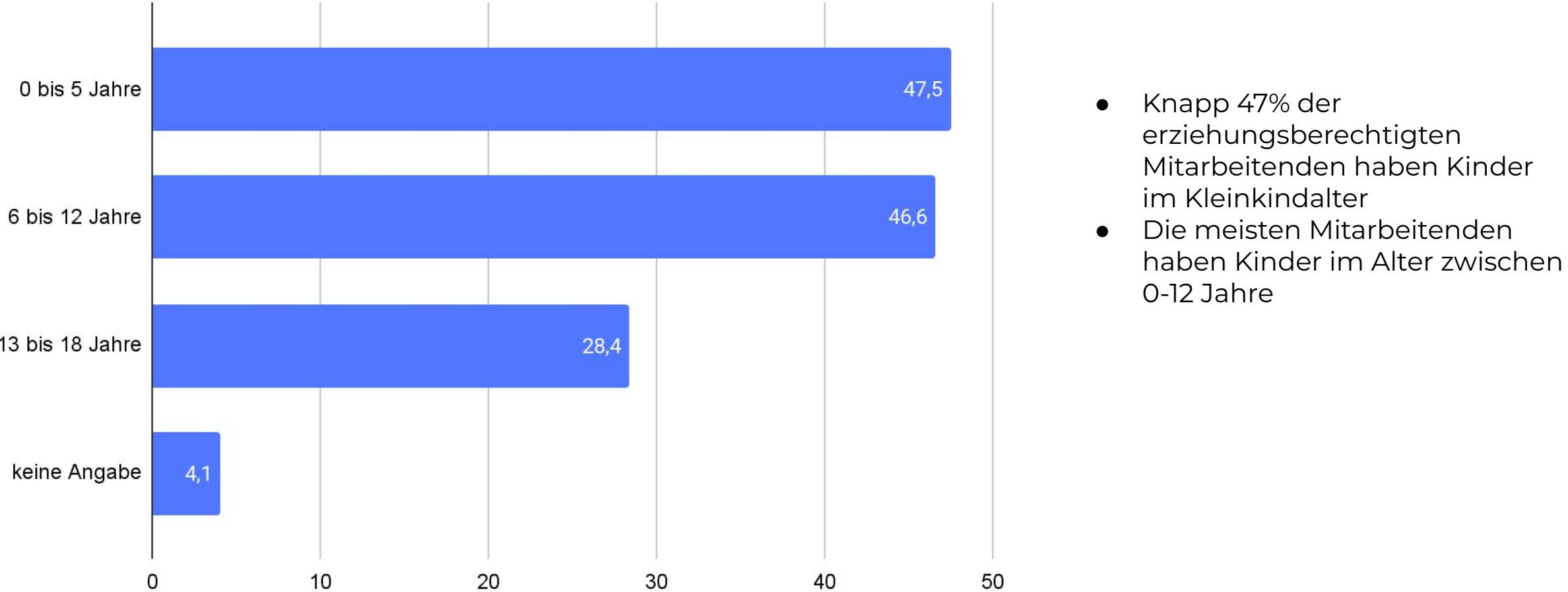
Leben mit körperlicher/psychischer Besonderheit: Jede 5. Person betroffen*



*Frage: Lebst du mit einer körperlichen/psychischen Besonderheit, die voraussichtlich mindestens 12 Monate andauert oder bereits andauert? (z.B. chronische Erkrankung, (Schwer)Behinderung etc.)

**Quelle: https://www.rehadat-statistik.de/statistiken/berufliche-teilhabe/beschaeftigung/erwerbsquote-behinderter-menschen?utm_source=chatqpt.com (26.09.2025)

Altersgruppe der Kinder: Großteil der Eltern hat Kinder im Klein- oder Grundschulalter



Hinweis: Es waren Mehrfachnennungen möglich, da Kinder in verschiedene Altersgruppen fallen können, liegt der Gesamtwert hier bei über 100%.

Herkunftsländer von Mitarbeitenden mit Migrationserfahrung

Betrifft 238 Personen von insgesamt 1027



Ausblick und Empfehlungen

Vor dem Hintergrund des gesellschaftlichen Backlash zeigt sich die Agenturbranche als stabile Kraft, der es gelingt ein inklusives Umfeld für Mitarbeitende zu schaffen.

Gleichwohl zeigen die erhobenen Daten, dass in der Branche viele Gruppen bisher nur wenig repräsentiert sind. Auch legen die Ergebnisse nahe, dass spezifische Diskriminierungserfahrungen aufgrund eingeschränkter Repräsentanz betroffener Gruppen erst gar nicht erfasst wurden. Eine Auswertung der Kommentarfelder zeigt: Es gibt trotz bereitgestelltem Glossar Unsicherheiten und Diskussionsbedarf bzgl. der DEI-Nomenklatur.

Gerade in einer Zeit zunehmender gesellschaftlicher Spannungen, Polarisierung und wirtschaftlicher Unsicherheit ist es Aufgabe der Agenturen, die strategische Verankerung von DEI nach innen und außen weiter voranzutreiben - als Grundlage für Kreativität, Relevanz, Arbeitgeberattraktivität und Wettbewerbsfähigkeit.

Ausblick und Empfehlungen

Aus den Ergebnissen der Umfrage lassen sich erste konkrete Handlungsfelder ableiten:

- Die Branche spricht vor allem Personen mit einem hohen Bildungsabschluss an. Es braucht weiterhin Maßnahmen, die die Branche für Talente fern des klassischen Karrierewegs öffnet und Hürden abbaut.
- Durch mangelnde Repräsentanz von BIPOC, LGBTIQ+ und Menschen mit Migrationserfahrung geht der Branche ein spezifisches Facettenreichtum an Fähigkeiten, Perspektiven und Erfahrungswerten verloren. Auch hier braucht es weiterhin gezielte Maßnahmen, die Agenturen als attraktive Arbeitgebende positionieren.

Ausblick und Empfehlungen

- Konkrete Diskriminierungserfahrungen sollten klar adressiert und bestehende Meldesysteme breit kommuniziert werden. Sensibilisierungs- und Unterstützungsangebote für Führungskräfte und Mitarbeitende helfen, im akuten Fall sicher zu agieren.
- Auf Teamebene ist DEI für viele spürbarer als auf Unternehmensebene. Das deutet auf einen engen Zusammenhalt zwischen den Mitarbeitenden hin und zeigt zugleich: DEI-Maßnahmen können noch klarer in der Unternehmensführung verankert werden.
- Strategisches DEI-Management nimmt auch Herausforderungen in den Blick, die zukünftig ggf. noch relevanter werden: Hierzu gehört die Integration und Ausrichtung an Mitarbeitenden, die eine körperliche oder psychische Herausforderung haben, und jene Kolleg*innen, die aufgrund familiärer Care-Arbeit besondere Belastungen erfahren.

Informationen zur Umfrage

An der Umfrage haben **1027 Personen** aus 90 verschiedenen Mitgliedsagenturen teilgenommen. Dazu kommen Teilnehmende, die bei der Frage nach der Agentur als ihrem Arbeitgeber keine Angabe gemacht haben. Die Umfrage stand in englischer und deutscher Sprache zur Verfügung. Erhoben wurde sie über den Anbieter Appnio.

Die Daten wurden zwischen dem 30.06.2025 und 01.08.2025 erhoben.

Hinweis:

Wir haben versucht, zu möglichst vielen Ergebnissen Kontext zu generieren und einen Vergleich mit bundesweiten Daten herzustellen, dieser ist nicht immer zu 100% passend, zeigt aber einen groben Richtwert zur Einordnung.

Mit 1027 Teilnehmenden hat die Umfrage die statistische Schwelle von 1000 übertroffen und ist damit groß genug, um aussagekräftige Rückschlüsse zu ziehen. Dennoch ist die Teilnehmendenzahl nur gering im Vergleich zur Gesamtmitarbeitendenzahl in allen GWA Agenturen.

Aktuelle Maßnahmen des GWA

- Im März 2025 erschien der erste GWA Diversity Guide, zunächst in der digitalen Version. Im Juni wurde die Printversion an alle GWA Mitgliedsagenturen verschickt. Der Guide steht auf der GWA Website zum Download bereit
- Um Einstiegshürden in die Branche zu ermitteln, haben wir uns im April mit jungen Talenten aus Agenturen zusammengesetzt, die mit uns dazu sprachen, welche Hürden sie erlebt haben. Aktuell arbeiten wir an Maßnahmen, wie wir diese Hürden abbauen können
- Im Juli fand das erste Treffen mit internationalen Mitarbeitenden aus GWA Agenturen in englischer Sprache statt
- Einrichtung eines anonymen Hilfetelefons für Betroffene von Diskriminierung am Arbeitsplatz
- Auch 2025 bieten wir wieder eine AGG-Schulung an und haben zusätzlich, online ein Sonderseminar zum Thema sexuelle Belästigung durchgeführt
- In von Roundtable-Gesprächen hat der GWA mit Agentur- und Unternehmensvertreter*innen über die Zukunft und Wahrnehmung von DEI diskutiert

Ansprechpartnerinnen

Laura Schlotthauer

Sprecherin Forum DEI&B

Tel: 0171 91 25 805

laura.schlotthauer@ressourcenmangel.de

Anja Sturm

Leiterin Kommunikation | Pressesprecherin

Tel: 0173 35 88 489

anja.sturm@gwa.de



Deutschlands
führende
Agenturen