

AGENTUREN

ALS ARBEITGEBER

**DAS BIETEN GPRA-AGENTUREN
IHREN MITARBEITENDEN**

VORWORT

Die GPRA nimmt als Unternehmensverband der führenden PR- und Kommunikationsagenturen in Deutschland eine Schlüsselrolle bei der Mitgestaltung des Wandels in der Branche ein und ist ein wichtiger Impulsgeber.

Die 4. Auflage des Arbeitgeber-Reports der GPRA zeigt einmal mehr die Bedeutung eines hochprofessionellen Arbeitsumfelds auf. Die GPRA-Agenturen arbeiten konsequent an der Weiterentwicklung ihres Personalmanagements, guten Einstiegsangeboten für Berufsanfänger und individuellen, lebensphasenorientierten Karriere-modellen für erfahrene Agentur-Mitarbeitende.

Flexible Arbeitszeitmodelle, individuelle Karriere-wege und leistungsorientierte Vergütungsmodelle sind Standard in GPRA-Agenturen. Nicht zuletzt deswegen zählen diese Agenturen zur ersten Adresse für Kommunikationsberater:innen.

Die 4. Auflage des Reports zeigt auch die konsequente Weiterentwicklung in der Vergütung von Kommunikationsberater:innen. Im Vergleich zur letzten Erhebung sind wieder deutliche Gehaltssprünge zu verzeichnen – insbesondere im Bereich der Nachwuchsförderung. Mit der gezielten Aufwertung des Traineeships mit höheren Gehältern, umfangreichen Qualifizierungsangeboten und adäquaten Ausbildungszeiten investieren die GPRA-Agenturen in hohem Maße in die Zukunft ihrer Talente. Zuletzt hat die GPRA gemeinsam mit dem Weiterbildungsanbieter dapr ein exklusives Trainingsangebot für die Kommunikationsberatung entwickelt.

Ebenso bemerkenswert ist der klare Fokus auf die individuelle Entwicklung der Mitarbeitenden. Die GPRA-Agenturen arbeiten kontinuierlich daran, die Rahmenbedingungen an die sich wandelnden Anforderungen des Arbeitsmarktes anzupassen. Die PR- und Kommunikationsbranche übernimmt dabei nicht nur eine aktive Rolle im Wandel, sondern agiert zunehmend als Takt- und Impulsgeber.

Ein weiteres zentrales Thema ist die zunehmende Diversität in den Agenturen – ein positives Signal für die Zukunft der Branche. Zudem beschäftigen die Agenturen zunehmend Menschen, die aus anderen Kulturkreisen kommen und/oder deren Muttersprache nicht Deutsch ist. Auch die Altersdiversität spielt eine Rolle – Agenturleben ist nicht nur etwas für junge, aufstrebende Talente.

Die vorliegenden Ergebnisse zeigen wieder einmal, dass die GPRA-Agenturen den Herausforderungen der Branche mit Weitsicht begegnen und kreativ an der Weiterentwicklung als innovativer Arbeitgeber arbeiten.

Alexandra Groß
Präsidentin GPRA e. V.

VERGÜTUNG

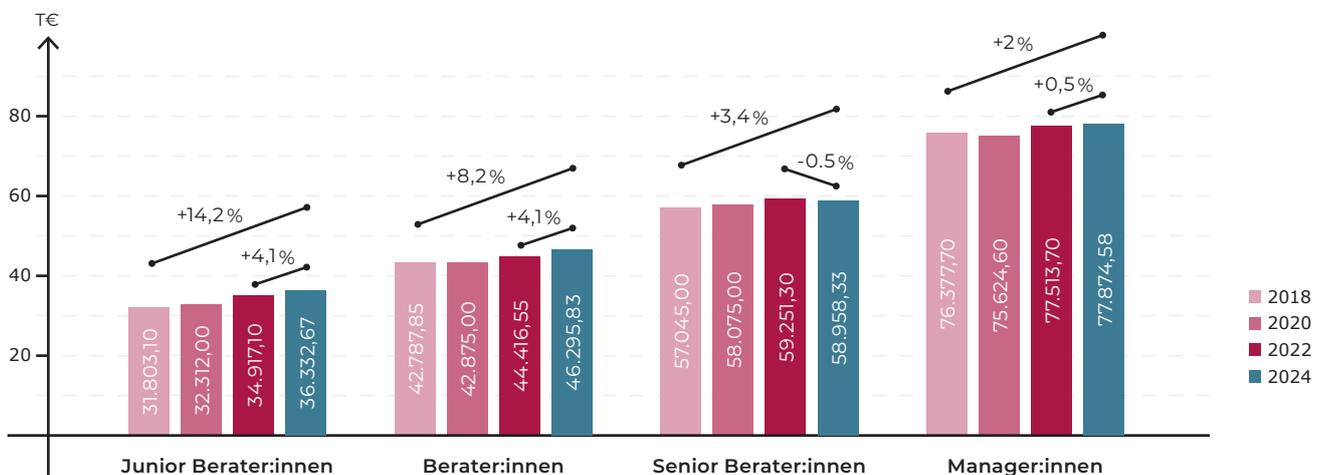
NACHWUCHSGEHÄLTER WEITER IM AUFWIND

GPRA-Agenturen als Arbeitgeber legen einen klaren Fokus auf die Nachwuchsförderung. Seit der erstmaligen Erhebung des Arbeitgeber-Report 2018 stieg die Vergütung in den teilnehmenden GPRA-Agenturen kontinuierlich an. Die deutlichsten Gehaltssprünge sind auf der Ebene der Junior Berater:innen mit einem Zuwachs von 4,1 % in den letzten zwei Jahren zu verzeichnen – insgesamt 14,2 % seit 2018. Zum Vergleich: Das Grundgehalt in der Gruppe der

Berater:innen stieg seit 2018 um rund 8,2 % und bei den Senior Berater:innen um 3,4 %. Lediglich auf Managementebene betrug der Zuwachs in dem Zeitraum durchschnittlich nur etwa 2 %.

Mitarbeitende erhalten zusätzlich zu ihren Brutto-Grundgehältern weitere Vergütungselemente, die von Agentur zu Agentur variieren. Dazu gehören klassische Boni sowie diverse Zuschüsse und **► Zusatzleistungen.**

GRUNDGEHÄLTER 2018 - 2024 NACH ERFAHRUNGSELEVEL (Durchschnitt)



Ein Blick auf den Gehaltszuwachs von Ebene zu Ebene offenbart, dass sich eine Karriere in einer Agentur durchaus lohnen kann: Im Jahr 2024 liegt der Gehaltsunterschied zwischen Junior Beratung und Beratung bei rund 10.000 Euro pro Jahr. Von Berater:in zu Senior Berater:in kommt derzeit durchschnittlich ein Plus von 12.600 Euro

jährlich hinzu. Auf Management-Ebene zeigt sich ein Anstieg um weitere 19.000 Euro. Dabei sind in keiner Gehaltsgruppe Boni und Zuschüsse eingerechnet, obwohl beides mit steigender Hierarchieebene einen zunehmenden Anteil der Gesamtvergütung ausmacht.

VERGÜTUNG

NACHWUCHSGEHÄLTER WEITER IM AUFWIND

KEY FACTS PRO ERFAHRUNGSLEVEL

50 % der **Junior Berater:innen** verdienen zwischen **35.000 und 45.000 Euro** Grundgehalt pro Jahr. Zudem hat sich der Anteil der Gehaltskategorie **ab 40.000 Euro** im Vergleich zu 2022 **mehr als verfünffacht**.

67 % der **Berater:innen** kommen auf ein Grundgehalt von **45.000 Euro bis 50.000 Euro oder mehr**. Der Anteil der Spitzengehälter (**50.000 Euro oder mehr**) hat sich im Vergleich zu 2022 mit 25 % **mehr als verdoppelt**.

54 % der **Senior Berater:innen** bekommen ein Grundgehalt von **60.000 bis 70.000 Euro oder mehr**. 2022 lag dieser Anteil noch bei 47 %. Jeder achte Senior Berater:in verdient **70.000 oder mehr** – der Anteil dieser Gehaltskategorie hat sich seit 2022 **mehr als verdoppelt**. Hinzu kommen – wie auch bei den meisten anderen Erfahrungsleveln – variable Vergütungselemente.

21 % der **Berater:innen mit Management-Funktion** erhalten ein Spitzengehalt von **90.000 bis 95.000 Euro und mehr**; das ist seit 2022 ein Anstieg um 7 Prozentpunkte. Bei knapp **17 %** davon liegt das Grundgehalt bei **95.000 Euro oder mehr**. 2022 betrug dieser Anteil noch rund 6 %.

VERGÜTUNGSELEMENTE, ZUSATZLEISTUNGEN & ZUSCHÜSSE

FOKUS AUF MOBILITÄT, FAMILIENFREUNDLICHKEIT UND
GESUNDHEITSFÖRDERUNG

ZUSATZLEISTUNGEN

Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden ist zweifellos die Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit innerhalb der Agenturen. Umso erfreulicher ist es, dass die Bandbreite an Zusatzleistungen für Mitarbeitende in GPRA-Agenturen stetig zunimmt und immer vielfältiger wird. **Gesundheit, ein hohes Maß an Flexibilität und die Möglichkeit, Familie und Beruf zu verbinden**, werden durch die unterschiedlichsten Zusatzleistungen und Zuschüsse in sämtlichen GPRA-Agenturen unterstützt und gefördert.

Dazu zählen u. a. **zusätzliche Urlaubstage** (inzwischen bei 75 % der Agenturen; 2022 war es noch rund die Hälfte), ein **Kindergartenzuschuss** (54 %; seit 2022 um 40 % gestiegen), **Workation** (54 %; ebenfalls 40 % mehr als 2022) sowie ein **Weiterbildungsbudget** (83 %).

Im Vergleich zum Arbeitgeber-Report 2022 sind die ohnehin zahlreichen Zusatzleistungen noch vielfältiger geworden. So erweitern **Zuschüsse zum Arbeiten im Agenturnetzwerk im Ausland, Care-Tage*, 30 Tage Urlaub für alle Mitarbeitenden, Übernahme von fünf Kinderkrankentagen** oder auch eine **Zusatz-Krankenversicherung** die Bandbreite an Leistungen, die Mitarbeitende in Anspruch nehmen können.

Gut 90 % der GPRA-Agenturen bieten Zusatzleistungen und Zuschüsse im Bereich **Gesundheitsmanagement** an. Dazu zählen u. a.

- Zuschüsse fürs Fitnessstudio,
- eine ergonomische Arbeitsplatzausstattung,
- Stressbewältigungsprogramme,
- betriebliche Gesundheitsuntersuchungen,
- Sportgeräte im Innenhof,
- Massagen oder
- tägliche Meditationseinheiten.

ZUSÄTZLICHE VERGÜTUNGSELEMENTE

Neben den bereits erwähnten zusätzlichen Leistungen gibt es auch monetäre Zuschüsse zum Grundgehalt. 75 % der Agenturen bieten ihren Mitarbeitenden **Boni nach Jahresergebnis** oder nach **individueller Leistung** an, insgesamt 29 % eine Kombination aus beidem.

Privat nutzbare betriebliche Geräte wie Laptop oder Mobiltelefon gehören ebenso wie kostenfreie Getränke zu den Standardleistungen

der GPRA-Agenturen. **Fahrtkostenzuschüsse, Bahncards für Vielreisende und Jobtickets** werden von Dreiviertel der Agenturen angeboten.

Zudem bieten die meisten Agenturen **berufsbegleitende Qualifikationsmöglichkeiten und Weiterbildungen** an. Mehr dazu im Abschnitt ► **Karrieremöglichkeiten**.

* z. B. bezahlte Freistellungstage, die Mitarbeitende in akuten Fällen für pflegebedürftige Familienmitglieder nehmen dürfen.

VERGÜTUNGSELEMENTE, ZUSATZLEISTUNGEN & ZUSCHÜSSE

FOKUS AUF MOBILITÄT, FAMILIENFREUNDLICHKEIT UND
GESUNDHEITSFÖRDERUNG

ANTEIL DER AGENTUREN, DIE FOLGENDE VERGÜTUNGSELEMENTE,
ZUSATZLEISTUNGEN & ZUSCHÜSSE ANBIETEN



MOBILITÄT

z. B.

- 79% BahnCard für Vielfahrer
- 71% Jobticket
- 54% Workation (grundsätzlich möglich)
- 45% Fahrradleasing
(auch für den privaten Gebrauch)
- 29% Übernahme Umzugskosten
(für neue Mitarbeitende)



FAMILIE

z. B.

- 75% zusätzliche Urlaubstage für alle
(z. B. Brückentage oder 24./31.12.)
- 54% Kindergartenzuschuss



GESUNDHEIT

z. B.

- 67% Unterstützung bei der Teilnahme
an Firmen- und Stadtläufen
- 58% Zuschuss Bildschirmarbeitsplatzbrille
- 29% Betriebliche Untersuchungen (z. B.
Augenuntersuchung)
- 29% Zuschuss Fitnessstudio
- 13% Sportgeräte im Innenhof: Tischtennis,
Basketball etc.
- 13% Trainingsangebote während der
Mittagspause



WEITERE ANGEBOTE

z. B.

Frühstück, Massagen, Yoga, Gesundheits-
wochen, Gesundheitstools vor Ort
(Massagegeräte, Tageslichtlampen etc.),
Stressbewältigungsprogramme oder digitale
Gesundheitsprogramme/Mental Health/
zusätzliches Budget für Teamaktivitäten

ARBEITSMODELLE

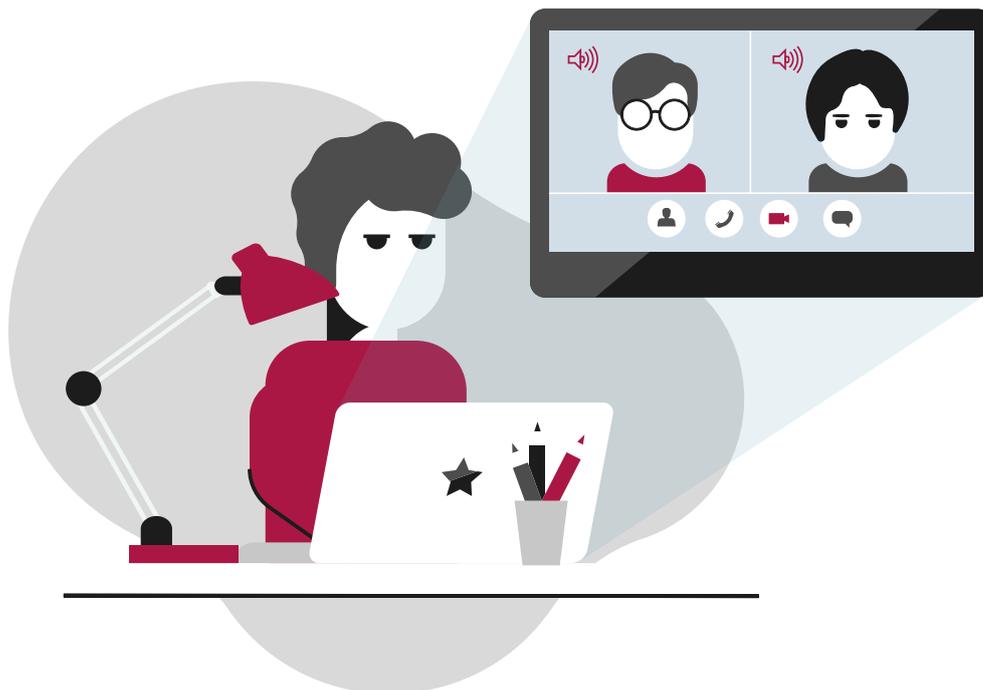
FLEXIBILITÄT AUF NEUEM NIVEAU UND MEHR TEILZEIT

Flexibilität – seit jeher ein Attribut für die Arbeit in Agenturen – wurde in den vergangenen Jahren auf ein neues Niveau befördert. **Mobiles und hybrides Arbeiten** ist in nahezu allen (96 %) befragten Agenturen möglich. In 39 % der Agenturen können die Mitarbeitenden sogar **ausschließlich im Mobile Office** arbeiten.

Alle GPRA-Mitgliedsagenturen bieten **eine individuelle Arbeitszeitregelung** sowie **Ausgleichstage bei Mehrarbeit** an. Insgesamt 75% – damit 9% mehr als vor zwei Jahren – ermöglichen ihren Mitarbeitenden eine **Gleitzeitregelung** ihrer Arbeitszeit. 71% bieten **unbezahlte Urlaubstage** an.

Zudem gibt es einen stärkeren Trend zur **Teilzeit**: 2024 arbeiten im Schnitt 28% der Beschäftigten – 41% der Frauen und 14% der Männer – in Teilzeit. Das entspricht einer **Steigerung von 7%** in den letzten vier Jahren. In der Gruppe der Berater:innen arbeiten mit einer leichten Zunahme im Vergleich zu 2022 inzwischen 35% in einem Teilzeit-Modell.

Über 90 % der GPRA-Agenturen bieten ihrer Belegschaft **Auszeiten über einen längeren Zeitraum** (zwischen ein bis sechs Monaten oder nach individueller Absprache auch länger), beispielsweise in Form von **Sabbaticals**, an.



KARRIEREMÖGLICHKEITEN

AUFWERTUNG DES TRAINEESHIPS UND EIN HOHES MASS AN INDIVIDUALITÄT

Für die GPRA-Agenturen liegt ein deutlicher Schwerpunkt auf der **Förderung des Nachwuchses** sowie auf der individuellen Entwicklung eines bzw. einer jeden Mitarbeitenden. Dabei bieten **alle Agenturen** ihren Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich regelmäßig in ihrem Tätigkeitsbereich **weiterzubilden** – oder auch einen neuen Tätigkeitsbereich kennenzulernen (siehe auch ► [Spurwechsel](#)).

Die GPRA-Agenturen passen auch die Dauer des durchschnittlichen Traineeships kontinuierlich der Qualifizierung der Absolvent:innen an, inzwischen bieten mehr als zwei Drittel (67%) der Agenturen ein auf **12 Monate komprimiertes Traineeship**. Unter bestimmten Voraussetzungen kann in 39% der Agenturen die **reguläre Laufzeit auch verkürzt werden**.

Mehr zum Engagement für eine fundierte, professionelle Weiterqualifizierung enthält die ► **Trainee-Broschüre „GPRA-Agenturen und ihre Einstiegsprogramme“**, in der die jeweiligen Programme, u. a. mit Angaben zum Traineegehalt, vorgestellt werden. Weitere Informationen, Broschüren und Whitepaper zu den Themen Einstieg und Karrieremöglichkeiten bietet die GPRA auf ihrer ► [Website](#).

Neben einem Traineeship als Einstieg in die Agenturwelt sind auch Direkteinstiege möglich. Der überwiegende Teil (71 %) der GPRA-Agenturen bietet generell Ausbildung an; 25 % der Agenturen bieten Direkteinstiege für andere Profile als Beratung an.



KARRIEREMÖGLICHKEITEN

AUFWERTUNG DES TRAINEESHIPS UND EIN HOHES MASS AN INDIVIDUALITÄT

Zusätzlich zu den klassischen Tätigkeiten in Beratung und Redaktion halten die Agenturen eine Vielzahl weiterer spannender Berufsbilder und Ausbildungen bereit. Einige Beispiele:

- Art Director:in
- Social Media Manager:in
- Content Manager:in
- Mediengestalter:in
- Prompt Artist
- Prompt Ingenieur:in
- Kaufmännische Berufe
- Film Producer:in
- Eventmanager:in
- Digital Marketing Manager:in
- Motion Designer:in
- Illustrator:in

Ein sogenannter **Spurwechsel**, eine berufliche Neuausrichtung innerhalb der Agentur, ist in nahezu allen Agenturen, sogar bereits während des Traineeships, möglich und selbstverständlich. 63 % bieten **berufsbegleitende Qualifikationsmöglichkeiten** an. Mitarbeitende können sich in einer GPRA-Agentur individuell weiterbilden. Dies ist sowohl durch interne, z. B. durch eine **Berater:innen-Ausbildung mit systemischen Coaches**, als auch durch externe **Weiterbildungsangebote**, wie die der GPRA in Zusammenarbeit mit der dapr, möglich.

Weitere Angebote können die Ausbildung zur bzw. zum **zertifizierten PR-Qualitätsmanager:in** oder **IHK-Ausbilder:in** oder die Weiterbildung im Bereich **Nachhaltigkeit** in Agenturen sein. Ebenso werden Mitarbeitende dabei unterstützt, **berufsbegleitend einen Bachelor, Master** oder eine weitere Fachqualifikation wie **Fachwirt** zu erlangen. Gleiches gilt für **berufsbegleitende Promotionsvorhaben oder duale Studien**.

KEY FACTS KARRIERE

95% der teilnehmenden Agenturen ermöglichen ihren Mitarbeitenden auf Wunsch alternative Berufswege (**Spurwechsel**).

63% bieten **zusätzlich** zu den **individuellen Weiterbildungsprogrammen** in den Agenturen **auch berufsbegleitende Qualifikationsmöglichkeiten** (z. B. berufsbegleitendes Studium, IHK-Ausbilder:in) an.

71% aller Agenturen bieten **Direkteinstiege** an (insbesondere in der Beratung und für diverse spezialisierte Junior Positionen (z. B. Junior Art Director:in, Social Media Manager:in).

FAZIT

Die GPRA-Agenturen stehen für hohe Beratungsqualität und Professionalität. Dies wird nicht nur durch die Anforderungen an ihre Mitarbeitenden deutlich, sondern auch durch die standardisierten Arbeits- und Kreativ-Prozesse. Alle GPRA-Agenturen haben sich bereits nach dem international anerkannten Qualitätssystem für PR- und Kommunikationsagenturen – dem Consultancy Management Standard – auszeichnen lassen. Vor allem für Berufseinsteiger ist dies ein wichtiger Orientierungspunkt bei der Wahl des ersten Arbeitgebers.

Hohe Qualität darf belohnt werden – so haben die Durchschnittsgehälter in den GPRA-Agenturen erneut zugelegt. Zusatzleistungen, die die jeweiligen Anforderungen der Mitarbeitenden in Sachen Mobilität, Familienfreundlichkeit, Weiterbildung und Wohlbefinden adressieren, sind vielfältig und ebenfalls Standard für GPRA-Agenturen. Flexibles und mobiles Arbeiten ist ein Wesensmerkmal von GPRA-Agenturen und schon seit vielen Jahren gelebter Berufsalltag.

Ein Blick in die Stellenanzeigen der GPRA-Agenturen lohnt sich, denn neben den Berater:innen-Tätigkeiten gibt es vielfältige weitere Job-Profile, vom/-n der Eventmanager:in über den/die Redakteur:in bis hin zum/-r Mediaplaner:in, Filmproducer:in oder Prompt Ingenieur:in.

Aufgrund des innovativen Personalmanagements in den GPRA-Agenturen sind sogenannte Spurwechsel Teil der individuellen Karrierewege. Das lebensphasenorientierte Arbeitsumfeld schafft ebenfalls viele unterschiedliche Karrieren in Agenturen. So können sich die Menschen in Agenturen über alle Hierarchieebenen auf vielfältigste Weise entwickeln und Berufseinsteiger:innen mit einer hohen Lernkurve schon früh ihre Karriere planen.

DER ARBEITGEBER-REPORT DER GPRA

Die GPRA hat den ersten Arbeitgeber-Report im Jahr 2018 veröffentlicht. Die vorliegende aktualisierte Version ist die 4. Auflage, deren Daten im Sommer 2024 erhoben wurden. An der Erhebung haben 24 Agenturen der GPRA teilgenommen.

GPRA PROFIL

DIE GPRA IST DER VERBAND DER FÜHRENDEN KOMMUNIKATIONSAGENTUREN IN DEUTSCHLAND

Die GPRA ist seit 50 Jahren der Verband der führenden PR- und Kommunikationsagenturen Deutschlands 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 31 Agenturen mit ca. 3100 Mitarbeitenden und einem Marktanteil von 54%.

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 Kommunikationsberatung sowie das Tätigkeitsprofil von Agenturen.
- Nachwuchsförderung und Employer Branding stehen bei uns im Mittelpunkt.
- Wir vertreten die Interessen unserer Mitglieder gegenüber Kundinnen und Kunden, Hochschulen, Medien und Politik.
- Wir bieten unseren Mitgliedern eine Plattform für Austausch und Diskussion.
- Wir bieten Kundinnen und Kunden Transparenz im Kommunikationsmarkt und unterstützen sie bei der Auswahl von Agenturen, zum Beispiel durch den Agenturfinder.

GPRA

GPRA e.V.

Bachstr. 12 · 10555 Berlin

Fon: +49 (0) 30 40559938

Mobil: +49 (0) 176 647 630 61

E-Mail: geschaeftsstelle@gpra.de

Alexandra Groß (GPRA Präsidentin)

Fon: +49 (0) 611 74131-84

Jelena Mirkovic (GPRA Präsidium)

Fon: +49 (0) 40 423240-83