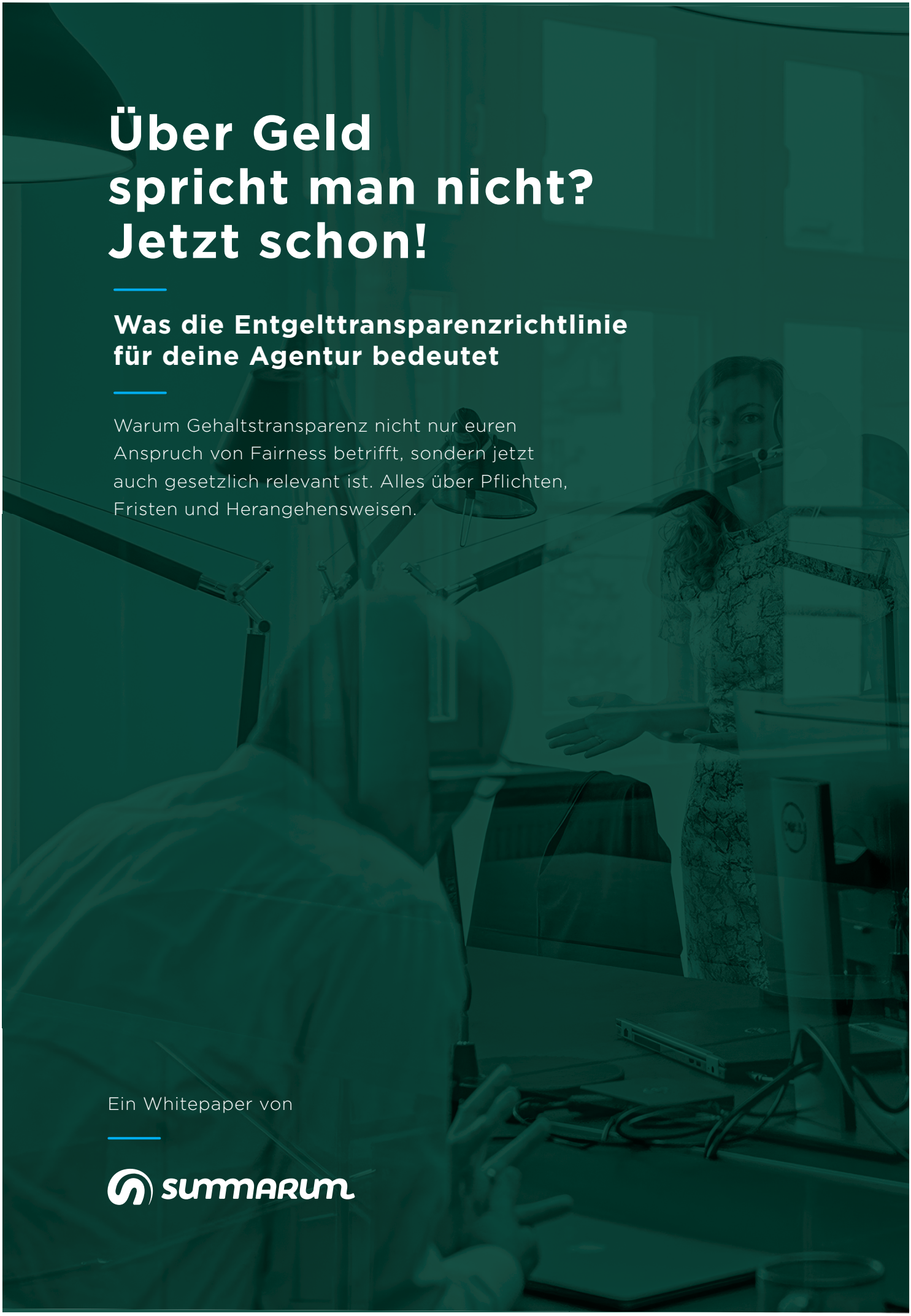


Über Geld spricht man nicht? Jetzt schon!

Was die Entgelttransparenzrichtlinie für deine Agentur bedeutet

Warum Gehaltstransparenz nicht nur euren Anspruch von Fairness betrifft, sondern jetzt auch gesetzlich relevant ist. Alles über Pflichten, Fristen und Herangehensweisen.

Ein Whitepaper von

summarum

Wichtige Hinweise zur Entgelttransparenzrichtlinie

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung: Regulatorische Ausgangslage 2
Einleitung 3
Was ist die EU-Entgelttransparenzrichtlinie? 4
Was ist das Ziel der EU-Entgelttransparenzrichtlinie? 5
Wer ist betroffen? 6
Welche Anforderungen kommen voraussichtlich auf Agenturen zu? 7
Thema Berichterstattung: Was, wann, wie? 9
Warum profitiert deine Agentur von Entgelttransparenz? 11
Deine Agentur-Checkliste: Schritt für Schritt zur Gehaltstransparenz 12
So startet deine Agentur am besten 15
Glossar 16

Dieses Whitepaper dient der allgemeinen Information und ersetzt keine Rechtsberatung.

Vorbemerkung: Regulatorische Ausgangslage

Die EU-Entgelttransparenzrichtlinie hätte bis Juni 2026 in deutsches Recht umgesetzt werden müssen. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Whitepapers ist die nationale Umsetzung jedoch noch nicht abgeschlossen.

Die in diesem Whitepaper beschriebenen Pflichten und Prozesse basieren auf den Vorgaben der EU-Richtlinie und zeigen, worauf sich Agenturen voraussichtlich einstellen müssen. Bis zur Verabschiedung der deutschen Umsetzungsgesetze können sich einzelne Anforderungen und Fristen noch ändern.

Unabhängig davon empfiehlt es sich, Gehaltsstrukturen, Vergütungsprozesse und Dokumentationen bereits jetzt zu überprüfen und auf mehr Transparenz auszurichten.

Wichtige Hinweise zur Entgelttransparenzrichtlinie

Einleitung

Stell dir vor, zwei Menschen sitzen bei der Arbeit nebeneinander. Gleiche Aufgaben, gleiche Erfahrung, gleiche Leistung und dennoch unterschiedliche Gehälter.
Dieses Szenario ist in vielen Agenturen Realität. Denn Gehalt hat oft nicht nur mit Verantwortung oder Kompetenz zu tun, sondern auch mit Verhandlungsgeschick.
Wer mehr fordert, bekommt häufig mehr. Wer zurückhaltender ist, weniger.

Nur: Oft ist der Unterschied gar nicht bekannt. „Über Geld redet man nicht“ heißt es so schön. Bisweilen enthalten Arbeitsverträge sogar eine Klausel, die dieses Reden verbietet. Und so wird eine Gehaltsdifferenz vielleicht zwar vermutet, aber mangels Wissens hingenommen.

Mit der Umsetzung der EU-Entgelttransparenzrichtlinie kommen neue Regeln auf Unternehmen zu. Was bisher vor allem große Unternehmen betraf, gilt künftig auch für kleinere Agenturen: Gehaltstransparenz wird deutlich stärker gesetzlich geregelt werden.

Für die Kreativwirtschaft im Allgemeinen und Agenturen im Speziellen ist das ein konsequenter Schritt. Unsere Branche lebt von Diversität, Offenheit, und Haltung.
Fairness beim Gehalt passt eigentlich perfekt dazu.

Trotzdem herrscht vielerorts Unsicherheit:
Was genau müssen Agenturen künftig tun? Welche Pflichten gelten ab wann?
Und wie groß ist der tatsächliche Aufwand?

In diesem Leitfaden beantworten wir dir, was sich ändert und wie deine Agentur die Anforderungen umsetzt.

Wichtige Hinweise zur Entgelttransparenzrichtlinie

1. Was ist die EU-Entgelttransparenzrichtlinie?

Die Europäische Union verfolgt schon lange das Ziel, die Lohnlücke zwischen Frauen und Männern, den sogenannten Gender Pay Gap, zu schließen. Im EU-Durchschnitt verdienen Frauen noch immer rund 13 Prozent weniger als Männer. In Deutschland liegt die Zahl sogar bei etwa 18 Prozent.

Das Problem: Solange Gehaltsunterschiede nicht sichtbar sind, lassen sie sich nur schwer nachweisen und noch schwerer beheben. Das sollten sie aber sein. Ein niedrigeres Einkommen bei gleichen Rahmenbedingungen zeigt sich nicht nur jeden Monat auf dem Konto, sondern hat auch Auswirkungen auf die Rente sowie auf die Kalkulation von Eltern- oder Arbeitslosengeld.

Die EU-Entgelttransparenzrichtlinie verpflichtet alle EU-Mitgliedstaaten, konkrete Regeln für mehr Gehaltstransparenz einzuführen.

Neu ist sie nicht: Die Richtlinie (EU) 2023/970 des Europäischen Parlaments und des Rates „zur Stärkung und Anwendung des Grundsatzes des gleichen Entgelts für Männer und Frauen bei gleicher oder gleichwertiger Arbeit durch Entgelttransparenz und Durchsetzungsmechanismen“ wurde bereits 2023 beschlossen. Noch länger, nämlich seit 2017, hat Deutschland überdies das Entgelttransparenzgesetz.

Warum wird das Thema dennoch erst jetzt aktuell? Weil die Mitgliedstaaten bis Juni 2026 Zeit hatten, die Richtlinie in nationales Recht umzusetzen. Deutschland hat diese Frist verpasst. Das bedeutet nicht, dass für Agenturen alles beim Alten bleibt. Im Gegenteil: Die Richtung ist klar, und ihr solltet euch schon jetzt auf die kommenden Anforderungen vorbereiten und Gehaltsstrukturen, Vergütungskriterien und interne Prozesse auf den Prüfstand stellen.

Zudem gilt: Deutsche Gerichte müssen bestehende Gesetze möglichst im Sinne der europäischen Vorgaben auslegen. Die Ziele und Anforderungen der Entgelttransparenzrichtlinie können deshalb bereits heute Einfluss auf arbeitsrechtliche Entscheidungen haben.

2. Was ist das Ziel der EU-Entgelttransparenzrichtlinie?

Im Kern geht es um drei Dinge:

1 — Sichtbarkeit schaffen

Mitarbeitende haben das Recht darauf, zu wissen, ob sie fair bezahlt werden.

2 — Gleichheit fördern

Wer gleiche oder gleichwertige Arbeit leistet, soll gleich bezahlt werden.
Das klingt selbstverständlich. Ist es aber noch nicht überall.

3 — Verantwortung stärken

Unternehmen müssen ihre Gehaltsstrukturen transparenter machen.
Bestehen nicht erklärbare Unterschiede, müssen sie diese begründen oder beseitigen.

3. Wer ist betroffen?

Kurzum: Alle Unternehmen. Wie umfangreich die Pflichten sind, hängt von der Unternehmensgröße ab. Bereits kleine Agenturen müssen aktiv werden, etwa bei Stellenanzeigen oder Auskunftsanfragen.

Ab 250 Mitarbeitenden gilt dann das Gesamtpaket inklusive jährlicher Berichte.

Agenturgröße	Was gilt?	Besonderheiten	Berichtspflicht
alle Agenturen (ab 1 MA)	Gehaltsangabe in Stellenanzeigen, Auskunftsrecht kein Verbot von Gehaltsgesprächen		Keine Berichtspflicht
ab 50 Mitarbeitenden	Siehe oben, außerdem muss die Auskunft strukturiert erteilt werden	Prozess für Auskunftsanfragen notwendig	Keine Berichtspflicht
ab 100 Mitarbeitenden	Alle oben genannten Pflichten	Gap-Analyse bei Unterschied > 5 %	Alle 3 Jahre
ab 150 Mitarbeitenden	Alle oben genannten Pflichten	Verkürzte Fristen für den Bericht	Alle 3 Jahre
ab 250 Mitarbeitenden	Alle oben genannten Pflichten	Engste Fristen, umfangreichstes Reporting	Jährlich

Du siehst: Auch, wenn deine Agentur vergleichsweise klein ist, musst du etwas tun. Wenn du auf Wachstumskurs bist, ist es zudem sinnvoll, jetzt schon die Strukturen für die nächsten Stufen aufzubauen.

4. Welche Anforderungen kommen voraussichtlich auf Agenturen zu?

Gehaltsbandbreiten in Stellenanzeigen

„Gehalt nach Vereinbarung“ reicht künftig nicht mehr aus.
Jede Stellenausschreibung muss eine Gehaltsbandbreite enthalten, also einen Bereich, in dem das Einstiegsgehalt liegen wird. Das reicht von/bis, kein exaktes Gehalt.

> Die Bandbreite muss realistisch sein. Wer 30.000 bis 80.000 Euro nennt, nur um sich alles offenzuhalten, bewegt sich rechtlich auf dünnem Eis.

Weit vor der nächsten Stellenausschreibung müsst ihr euch also Gedanken machen, welches Gehalt ihr für diese Position zahlen könnt und wollt. Das klingt erst einmal nach Aufwand. Ihr werdet aber schon bald sehen, dass daraus auch eine Erleichterung im Recruiting entsteht:

- Bewerber:innen wissen von vornherein, worauf sie sich einlassen.
- Ihr spart euch Gespräche, die im letzten Schritt an unterschiedlichen Gehaltsvorstellungen scheitern.
- Und ihr positioniert euch als Agentur, die zu ihrem Wort steht.

Auskunftsrecht für Mitarbeitende

Alle in deiner Agentur werden das Recht haben zu erfahren: Wo liegt das durchschnittliche Gehalt der Kolleg:innen in vergleichbaren Positionen im Durchschnitt? Das brauchst du nicht konkret anzugeben und schon gar keine Namen zu nennen. Es geht um einen anonymisierten Vergleichswert. Sollte es zwischen den Geschlechtern relevante Unterschiede heben, musst du diese aufschlüsseln. Die Anfrage muss innerhalb von zwei Monaten beantwortet werden. Wenn ihr schon jetzt faire Gehaltsstrukturen habt, braucht ihr diese Frage nicht zu fürchten. Wenn nicht, ist nun der Anstoß da, um das zu ändern.

Berichtspflichten (ab 100 Mitarbeitenden)

- Agenturen ab 100 Mitarbeitenden müssen künftig regelmäßig berichten: Wie groß ist der Gehaltsunterschied zwischen den Geschlechtern im Unternehmen?
- Die Daten müssen differenziert ausgewertet werden – etwa nach Gehaltsgruppen oder variablen Vergütungsbestandteilen.
- Liegt der Unterschied bei mehr als 5 Prozent, muss er begründet oder behoben werden. „Das hat sich halt so ergeben“ reicht als Antwort nicht mehr aus.

Wichtige Hinweise zur Entgelttransparenzrichtlinie

- Die Berichtspflichten gelten zunächst alle drei Jahre, für Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitenden jährlich. Wie genau so ein Bericht aussieht, behandeln wir in Punkt 5.

Beweislastumkehr

Bisher war es so: Mitarbeitende, die glaubten, wegen ihres Geschlechts weniger zu verdienen, mussten das selbst beweisen. Das ist schwer, wenn der Einblick in die Gehaltsstrukturen fehlt.

Das ist jetzt anders. Künftig liegt die Beweislast beim Unternehmen. Wenn eine Ungleichbehandlung vermutet wird, muss deine Agentur darlegen können, warum Unterschiede sachlich gerechtfertigt sind. Das macht nachvollziehbare Gehaltsstrukturen wichtiger denn je.

Wegfall von Geheimhaltungsklauseln

Klauseln in Arbeitsverträgen, die Mitarbeitenden verbieten, über ihr Gehalt zu sprechen, sind jetzt unwirksam. Sicher werden einige im Team trotzdem weiter für sich behalten, was sie verdienen. Das ist auch ihr gutes Recht. Es gibt aber keine rechtliche Verpflichtung mehr zum Schweigen.

5. Thema Berichterstattung: Was, wann, wie?

Wie bereits beschrieben, wird deine Agentur berichtspflichtig, wenn sie mehr als 100 Mitarbeitende beschäftigt.

Der Bericht muss diese Punkte behandeln:

- Das große Ganze: Wie hoch ist der allgemeine Gender-Pay-Gap in der Agentur?
- Die Extras: Wie ist das Lohngefälle bei ergänzenden oder variablen Bestandteilen wie Boni, Zuschlägen oder Anteilen?
- Der Mittelwert: Wo liegt der Median beim geschlechtsspezifischen Gehaltsunterschied?
- Die Quartile: Wie sieht die Verteilung der Geschlechter aus, wenn wir die Belegschaft in vier gleich große Gehaltsstufen von „Junior“ bis „C-Level“ aufteilen?
- Gleicher Wert, gleiches Geld: Wie sieht der Vergleich innerhalb von Teams, aus, die gleichwertige Arbeit leisten (z. B. Senior Art Direction vs. Senior Copywriting).

Die 5-Prozent-Schwelle:
Zeigt die Analyse in einer Abteilung ein unerklärbares Gehaltsplus von mehr als 5 Prozent zugunsten eines Geschlechts? Dann greift die Pflicht zum Entgelt-Audit. Gemeinsam mit dem Betriebsrat oder den Teams müssen die Ursachen beseitigt werden.

Der Zeitplan: Wann wird es ernst?

Die Daten sind noch nicht verbindlich und können sich durch die verzögerte Umsetzung in deutsches Recht weiter verschieben.

- Zwischen 100 und 149 Mitarbeitenden: Die Premiere des Berichts ist bislang für den 7. Juni 2031 angesetzt. Danach geht es im Drei-Jahres-Takt weiter,
- Zwischen 150 und 249 Mitarbeitenden: Der Countdown läuft. Bis zum 7. Juni 2027 soll der erste Bericht stehen, ebenfalls mit einem Update alle drei Jahre. Als Datenbasis dient das Jahr 2026. Die Erfassung muss also jetzt schon beginnen.
- Mehr als 250 Mitarbeitende: Auch für diese Gruppe soll die Stunde der Wahrheit am 7. Juni 2027 schlagen. Bis dahin muss der erste vollständige Bericht vorliegen. Im Gegensatz zu kleineren Agenturen reicht hier ein Update alle drei Jahre nicht aus. Sie müssen jedes Jahr erneut berichten.

Wichtige Hinweise zur Entgelttransparenzrichtlinie

Das Thema Entgelttransparenz wird also ab sofort zu einem festen, jährlichen HR-Prozess und einem zentralen Bestandteil des HR-Controllings.

Wer bekommt den Bericht zu Gesicht?

Die Ergebnisse müssen aktiv kommuniziert werden. Und zwar an zwei Stellen:

- Die Behörden: Die Daten gehen digital an eine zentrale, staatliche Prüfstelle. Per Stand Juni 2026 ist allerdings noch nicht geklärt, wo das sein wird. Im Gespräch sind derzeit das Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben (BAFzA) sowie die Antidiskriminierungsstelle des Bundes (ADS). Sobald das Procedere klar ist, werden wir es an dieser Stelle ausführen.

- Die Öffentlichkeit: Die allgemeinen Daten (z. B. das Gesamtdaten-Lohngefälle) müssen öffentlich zugänglich sein. Ein passender Platz dafür ist eure Website. Damit tut ihr auch eurem Employer Branding etwas Gutes.

Außerdem haben eure Mitarbeitenden ein Recht darauf, die Zahlen zu sehen. Informiert sie also aktiv, wenn ein (neuer) Bericht erscheint und gebt ihnen Einblick.

6. Warum profitiert deine Agentur von Entgelttransparenz?

Vielleicht hast du auf diese Richtlinie zunächst mit einem leisen Seufzen reagiert.
Noch ein Gesetz. Noch mehr Dokumentation.
Noch mehr Gespräche, die unangenehm werden könnten.

Aber schau mal tiefer. Dir entstehen nämlich auch Chancen. Hier kommen drei davon:

Faire Gehälter ziehen die richtigen Menschen an

Der Wettbewerb um Talente in der Kreativwirtschaft ist real. Gute Leute haben Optionen. Deshalb sind Obstkorb oder Homeoffice-Regelung für sie nicht die Hauptsache. Vielmehr schauen sie danach, ob eine Agentur zu ihren Werten steht. Gehaltstransparenz ist ein klares Signal: Hier werden Entscheidungen nach nachvollziehbaren Kriterien getroffen, statt Sympathie oder Verhandlungsgeschick zu honorieren.

Mit der aktiven Kommunikation, wie ihr Gehälter aufbaut, erhaltet ihr einen echten Recruiting-Vorteil. Sieh diese Veränderung also auch als Wettbewerbsstrategie.

Gehaltsstrukturen schaffen Klarheit nach innen

Wenn ihr eure Gehaltsstruktur aufräumt, werdet ihr schnell merken: Vieles wird dadurch einfacher. Eure Führungskräfte wissen, was sie anbieten können und warum. Eure Mitarbeitenden wissen, woran sie sich orientieren können, und fühlen sich fair behandelt.

Eine klare Gehaltsstruktur geht daher über ein HR-Thema hinaus. Sie ist sowohl ein Führungsinstrument als auch eine vertrauensbildende Maßnahme.

Ihr verleiht eurem Handeln Glaubwürdigkeit

Agenturen verkaufen täglich Haltung. Marken, für die sie arbeiten, sollen authentisch sein, menschlich, glaubwürdig. Das sollte auch nach innen gelten. Eine Agentur, die nach außen für progressive Werte wirbt und intern Gehaltsungleichheiten stillschweigend durchgehen lässt, hat ein Glaubwürdigkeitsproblem.

Gehaltstransparenz ist eine Möglichkeit, die eigene Unternehmenskultur mit den eigenen Werten in Einklang zu bringen. Darauf könnt ihr stolz sein.

7. Deine Agentur-Checkliste: Schritt für Schritt zur Gehaltstransparenz

Der frühe Vogel fängt den Wurm. Wenn du jetzt mit den Vorbereitungen beginnst, ersparst du dir den Zeitdruck, wenn die ersten Auskunftsanfragen kommen oder ein Bericht fällig wird.

Es zahlt sich also langfristig aus, jetzt schon Verträge zu checken, Gehaltsstrukturen sauber aufzubauen und Daten vorzubereiten. Bei letzterem wird deine HR-Software zur ultimativen Hilfe. Solltest du noch keine haben, wäre jetzt der richtige Zeitpunkt, die Anschaffung zu planen.

Diese Punkte solltet ihr jetzt prüfen, um auf die Umsetzung vorbereitet zu sein.

Zuständigkeiten definieren

Wo wird das Thema Entgelttransparenz aufgehängt? Gängiges Vorgehen: In der Personalabteilung. Wer muss eingebunden werden?

- ◯ Anlaufstelle für Datenerhebung, Abarbeitung und Anfragen definiert
- ◯ Schnittstellen definiert (HR, Finance, Legal, Führungskräfte)

Gehaltstrukturen aufbauen

Wo habt ihr feste Gehälter, wo Sachleistungen oder Boni? Welche Rollen oder Joblevels lassen sich vergleichen? Nach welchen Merkmalen bestimmt ihr die Vergütung, zum Beispiel Verantwortung oder Kompetenz?

Wenn ihr das noch nicht verschriftlicht hat, solltet ihr es jetzt tun. Ein einfaches, Jobbewertungssystem muss kein Bürokratiemonster sein, aber es muss existieren.

- ◯ Unterschiedliche Vergütungsarten definiert
- ◯ Vergleichsgruppen erstellt
- ◯ Merkmale zur Vergütung definiert
- ◯ Rollen und Levels definiert und dokumentiert
- ◯ Gehaltsbandbreiten pro Level festgelegt

Gehaltsdaten analysieren

Einmal ehrlich hinschauen: Gibt es in eurer Agentur Gehaltsunterschiede zwischen Frauen und Männern in vergleichbaren Positionen? Wenn ja, gibt es sachliche Gründe dafür? Wer das jetzt selbst herausfindet, kann es in Ruhe angehen.

- ◯ Aktuelle Gehaltsdaten nach Rolle und Geschlecht ausgewertet
- ◯ Unerklärliche Unterschiede identifiziert und adressiert

Wichtige Hinweise zur Entgelttransparenzrichtlinie

Stellenanzeigen anpassen

Alle offenen Stellen brauchen eine realistische Gehaltsbandbreite. Am besten definierst du sie auf Basis von Marktdaten und der eigenen internen Struktur.

- ◯ Gehaltsbandbreiten für alle offenen Stellen definiert
- ◯ Alle Stellenanzeigen aktualisiert

Arbeitsverträge prüfen

Enthält eure Arbeitsverträge eine Klausel, die Mitarbeitenden verbietet, über ihr Gehalt zu sprechen? Diese Klauseln sind ab sofort unwirksam und sollten aus neuen Verträgen entfernt werden.

- ◯ Bestehende Verträge auf Geheimhaltungsklauseln geprüft
- ◯ Neue Vertragsvorlage ohne Geheimhaltungsklausel erstellt

Auskunftsprozess definieren

Wenn jemand aus dem Team fragt, was Kolleg:innen in vergleichbaren Positionen verdienen: Wer antwortet dann? Wie wird das aufbereitet? Zwei Monate Antwortfrist klingen lang, sind es aber nicht, wenn man den Prozess erst im Moment der Anfrage erfindet.

- ◯ Zuständigkeit für Auskunftsanfragen festgelegt
- ◯ Prozess zur Datenerfassung definiert, vom Eingang über die Datenaufbereitung bis hin zur Beantwortung und Archivierung
- ◯ Vorlage für die Antwort erstellt

Kommunikation vorbereiten

Das Team wird Fragen haben. Besser, ihr erklärt proaktiv, was sich ändert und was das für alle bedeutet, als dass Gerüchte die Erklärung überholen.

- ◯ Interne Kommunikation zum Thema Entgelttransparenz geplant

Führungskräfte schulen

Die Menschen, die Gehaltsangebote machen und Gehaltgespräche führen, brauchen einen gemeinsamen Rahmen. Was dürfen sie anbieten? Was ist die Begründung? Wie gehen sie mit Fragen zur Gehaltsstruktur um?

- ◯ Schulung für HR und Teamleads geplant
- ◯ Leitfaden für Gehaltgespräche erstellt

Wichtige Hinweise zur Entgelttransparenzrichtlinie

Zusätzlich ab 100 Mitarbeitenden:

Reporting-Prozess aufsetzen

Der erste Bericht über Gehaltsunterschiede nach Geschlecht muss in regelmäßigen Abständen erstellt werden. Baue jetzt die Datenbasis auf und definiere den Prozess. So vermeidest du Stress, wenn die Frist näher rückt.

- ◯ Datenbasis für Gehaltsreporting aufgebaut
- ◯ Anschaffung einer HR-Software evaluiert
- ◯ Prozess und Verantwortlichkeiten für den Bericht definiert

Gap-Analyse durchführen

Wo liegt der bereinigte Gehaltsunterschied zwischen den Geschlechtern? Bereinigt bedeutet: nach Kontrolle für Faktoren wie Erfahrung, Seniorität und Rolle. Liegt er über 5 Prozent, ist ein Maßnahmenplan gesetzlich vorgeschrieben.

- ◯ Bereinigte Gap-Analyse durchgeführt
- ◯ Ergebnis dokumentiert

Maßnahmenplan entwickeln

Falls die Analyse eine nicht erklärbare Lücke zeigt, muss ein konkreter Plan her, wie und bis wann sie geschlossen wird. Das ist gesetzlich vorgeschrieben.

- ◯ Maßnahmenplan erstellt (falls Gap > 5 Prozent)
- ◯ Zuständigkeiten und Timeline festgelegt

8. So startet deine Agentur am besten

Der häufigste Fehler beim Thema Entgelttransparenz ist, es zu groß zu denken. Viele Agenturen schieben es auf, weil sie das Gefühl haben, sie müssten sofort ein komplettes Vergütungssystem aus dem Boden stampfen. Ein guter Einstieg sieht meistens viel schlichter aus.

- Erst verstehen, dann strukturieren. Schau dir an, was du bereits hast. Welche Rollen gibt es? Was verdienen Menschen in diesen Rollen aktuell? Wo gibt es Ausreißer nach oben oder unten, und warum?

- Klein anfangen, konsequent ausbauen. Eine einfache Gehaltsstruktur mit klaren Levels und Bandbreiten ist besser als gar keine. Sie kann und soll wachsen. Perfektion am ersten Tag ist kein sinnvolles Ziel.

- Das Team einbeziehen. Veränderungen bei einem so sensiblen Thema wie Gehalt funktionieren besser, wenn sie erklärt werden. Warum macht ihr das? Was ändert sich für wen? Was bleibt gleich? Offene Kommunikation schafft Vertrauen, auch wenn noch nicht alles perfekt ist.

- Externe Unterstützung holen, wenn es sinnvoll ist. Gehaltsstrukturen aufzubauen ist eine Aufgabe, bei der Erfahrung sich auszahlt. Marktdaten, Bewertungssysteme, Prozessdesign: Dafür gibt es Expertise, die den Einstieg deutlich leichter macht.

Glossar

Entgelttransparenz

Das Prinzip, dass Gehaltsstrukturen und Gehaltsentscheidungen für Mitarbeitende nachvollziehbar sein sollen. Ziel ist gleiche Bezahlung für gleiche oder gleichwertige Arbeit.

Gender Pay Gap

Die Lohnlücke zwischen Frauen und Männern. Der „unbereinigte" Gap vergleicht alle Gehälter pauschal. Der „bereinigte" Gap berücksichtigt Faktoren wie Rolle, Erfahrung und Arbeitszeit und zeigt, ob Unterschiede sachlich begründet sind.

Gehaltsbandbreite

Ein definierter Gehaltsrahmen für eine Stelle oder Jobkategorie, mit einem Minimum und einem Maximum. Ab sofort Pflichtangabe in Stellenanzeigen.

Berichtspflicht

Die gesetzliche Verpflichtung für Unternehmen ab einer bestimmten Größe, regelmäßig über Gehaltsunterschiede zwischen den Geschlechtern zu berichten.

Beweislastumkehr

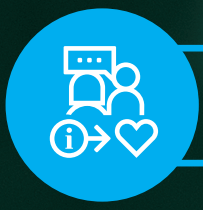
Wenn ein Mitarbeitender eine Benachteiligung beim Gehalt vermutet, muss das Unternehmen beweisen, dass die Unterschiede sachlich gerechtfertigt sind. Bisher lag diese Beweislast beim Mitarbeitenden.

Auskunftsrecht

Das Recht von Mitarbeitenden, anonymisierte Informationen darüber zu erhalten, was Kolleginnen und Kollegen in vergleichbaren Positionen verdienen.

Jobbewertung

Ein systematisches Verfahren, mit dem Stellen nach objektiven Kriterien (Verantwortung, Komplexität, Anforderungen) bewertet und in ein Gehaltsraster eingeordnet werden.



Jetzt einen unverbindlichen Call vereinbaren und dich beraten lassen!

Hilfe und Entlastung

Brauchst du Unterstützung? Bei summarum kennen wir die HR-Prozesse von Agenturen. Gehaltsstrukturen entwickeln, Verträge rechtssicher aufbauen, Datengrundlagen schaffen: Hier bringen wir viel Fachkenntnis und Branchenexpertise mit. Sprich uns an. Wir schauen gemeinsam, was bei euch sinnvoll ist.

Unser Team von **summarum** freut sich auf einen Anruf oder eine E-Mail von dir! Melde dich gerne und gib uns ein kurzes Zeichen über die unten aufgeführten Kanäle.

summarum GmbH
Hofaue 35
42103 Wuppertal

T +49.202.2562100
E hello@summarum.com
www.summarum.com