

SÍA

SAMBAND ÍSLENSKRA
AUGLÝSINGASTOFA

Könnun á kynjajafnvægi í auglýsingageiranum

Tvær kannanir - svarendur:

Framkvæmdastjórar SÍA stofa (86% svarhlutfall)

Markaðsstjórar – viðskiptavinir SÍA stofanna (53% svarhlutfall)

Tölfræði SÍA
stofanna

Kynjahlutföll á SÍA stofunum 2011

66%
Karlar

34%
Konur

Kynjahlutföll á SÍA stofunum 2016

59%

Karlar

41%

Konur

Kynjahlutföll á SÍA stofunum 2018

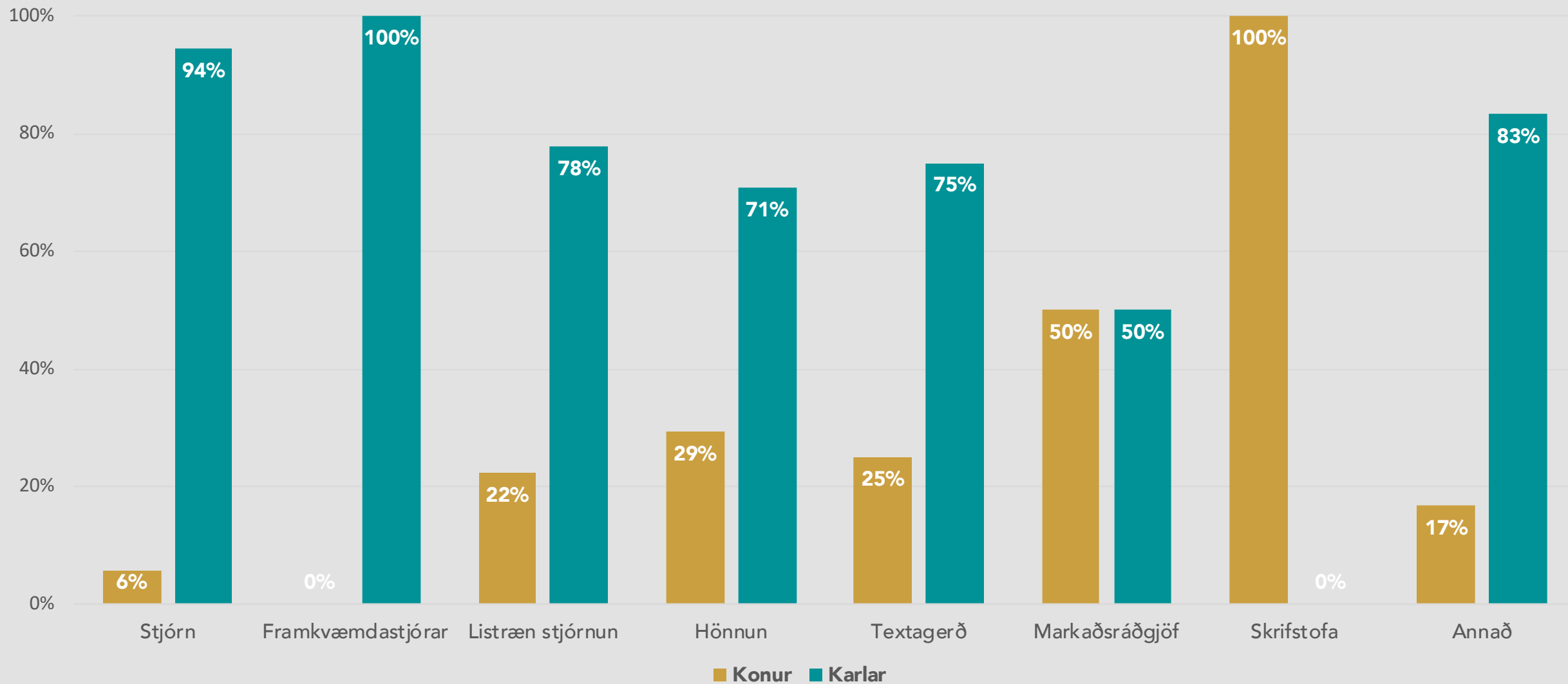
57%

Karlar

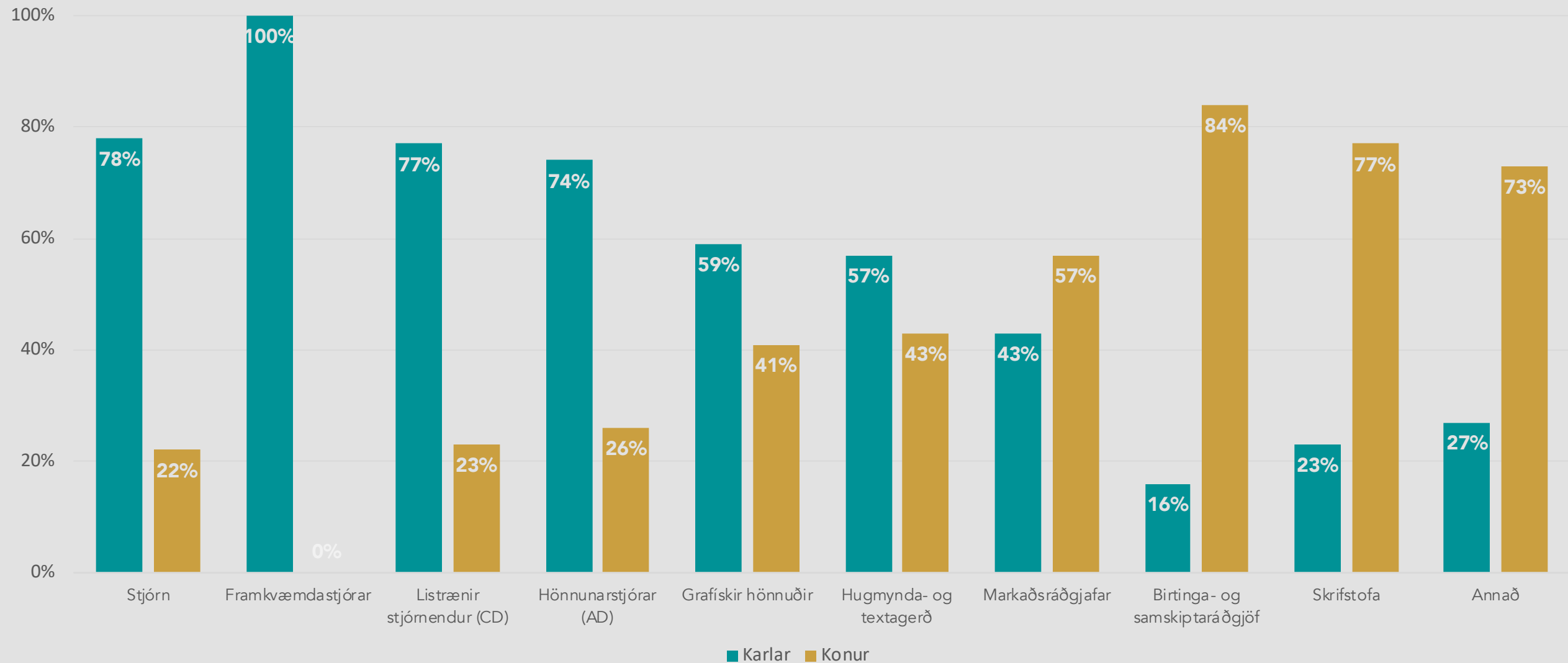
43%

Konur

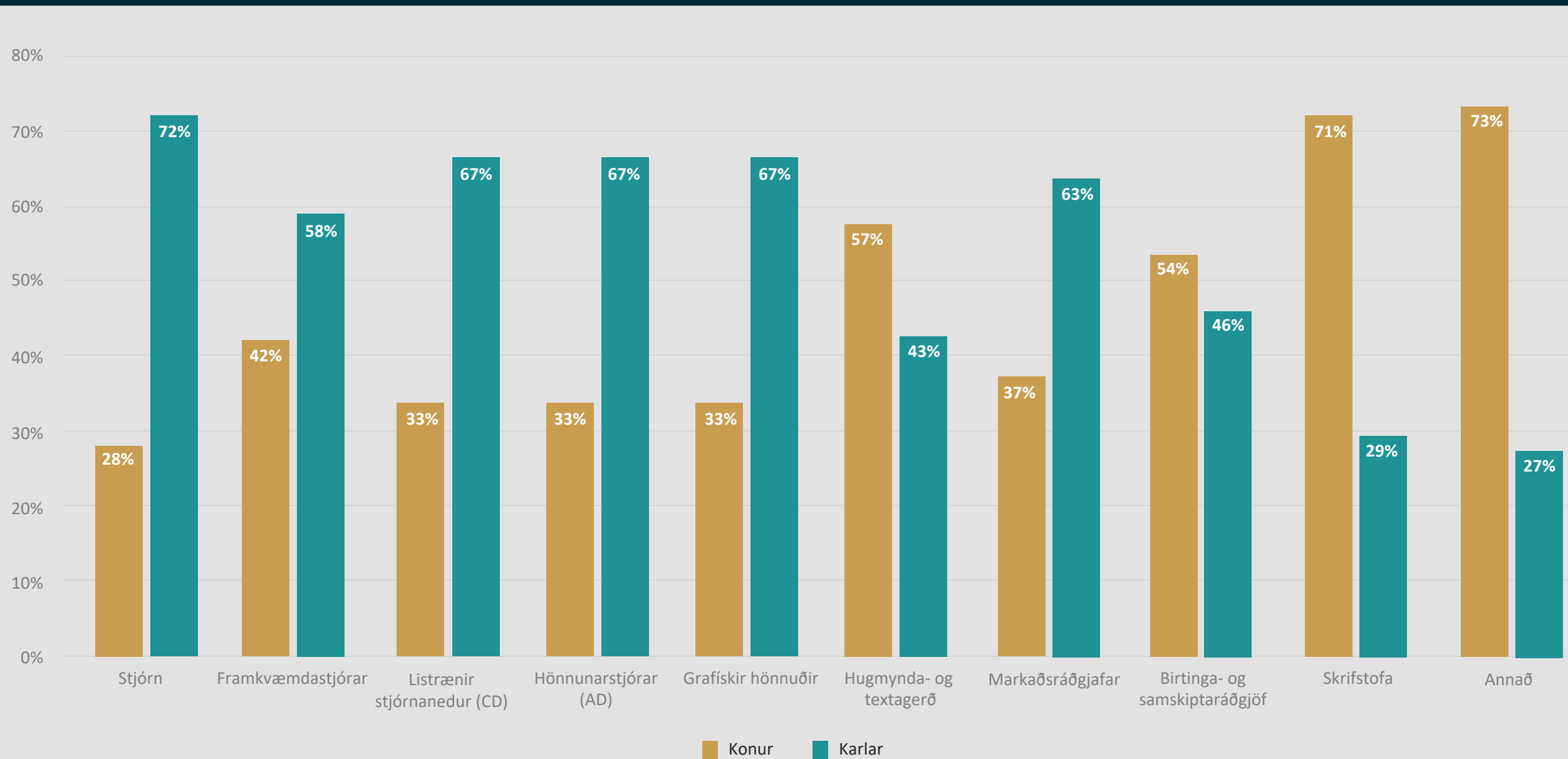
Kynjahlutföll eftir starfsgildum 2011



Kynjahlutföll eftir starfsgildum 2016

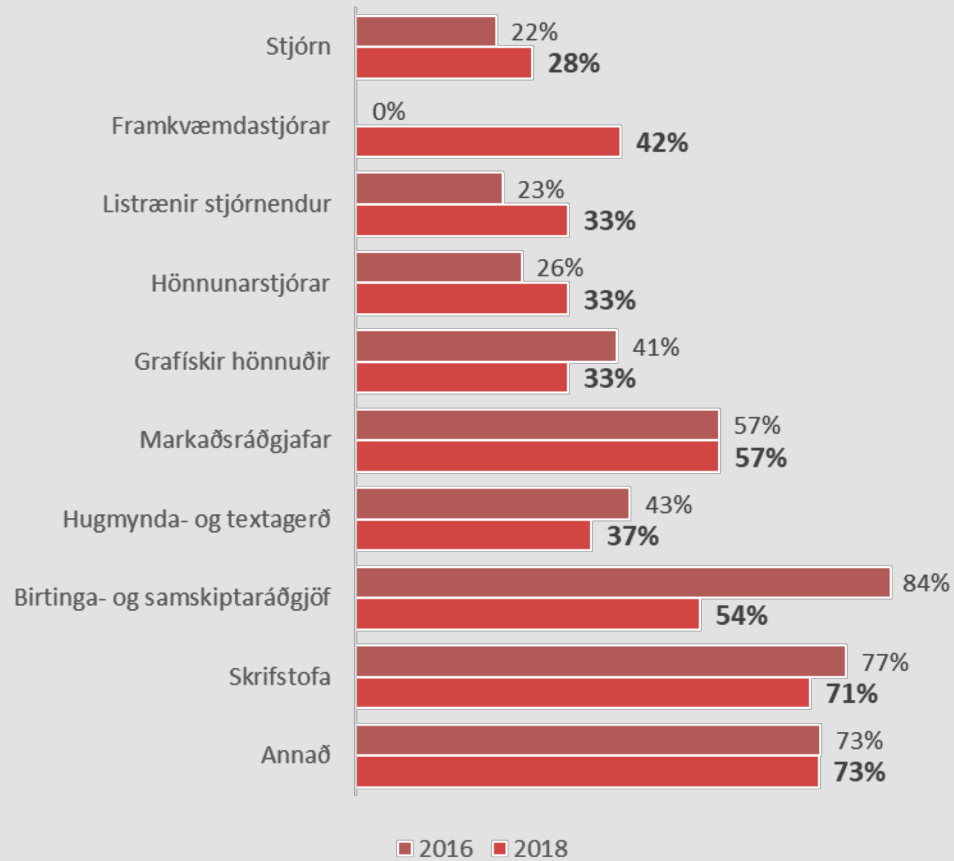


Kynjahlutföll eftir starfsgildum 2018

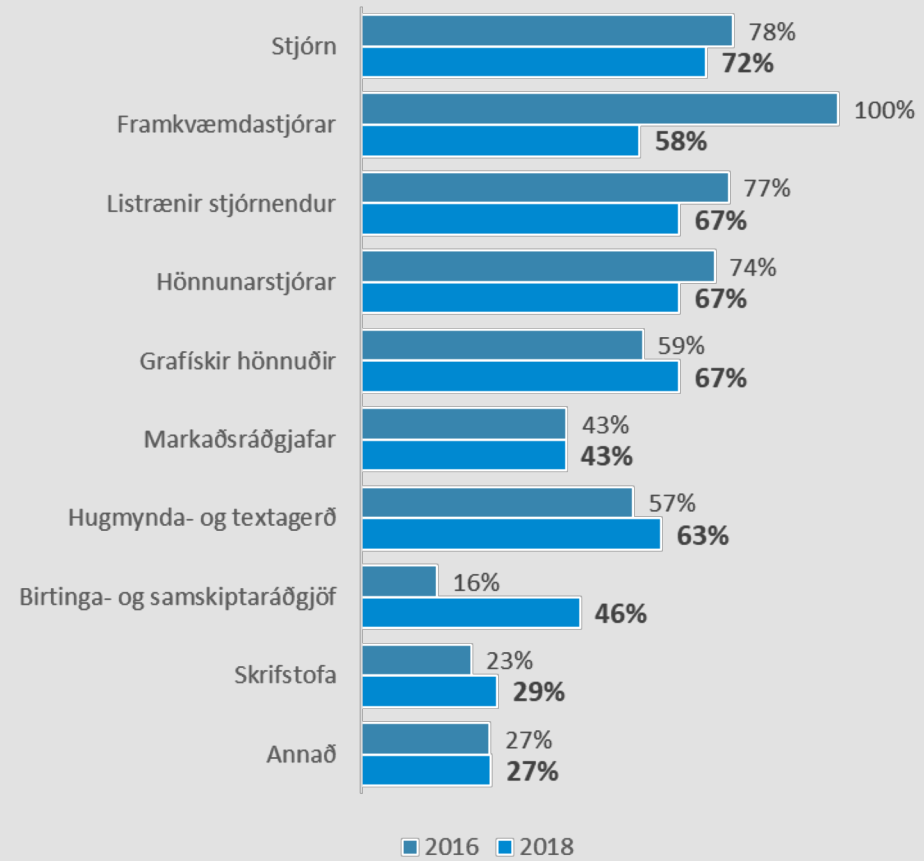


Kynjahlutföll – breyting milli mælinga 2016/2018

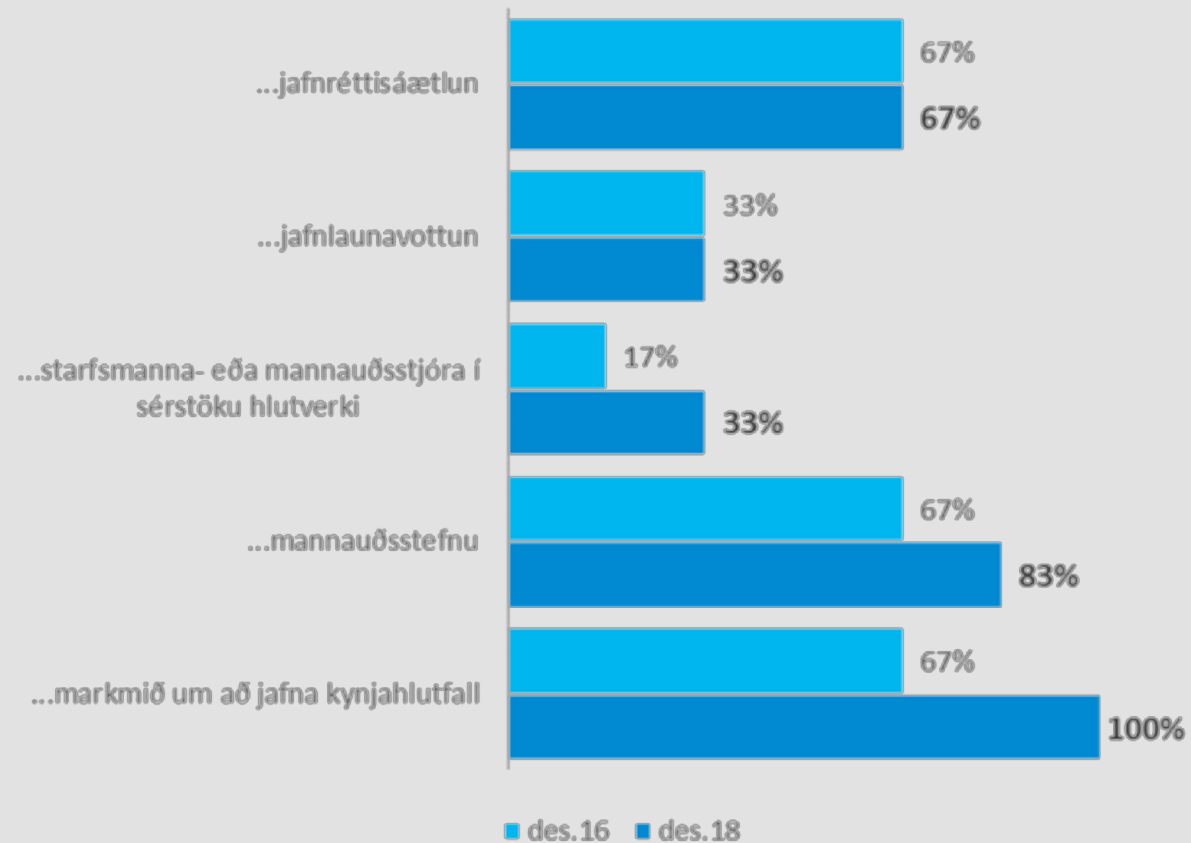
Hlutfall kvenna hjá SÍA stofum



Hlutfall karla hjá SÍA stofum

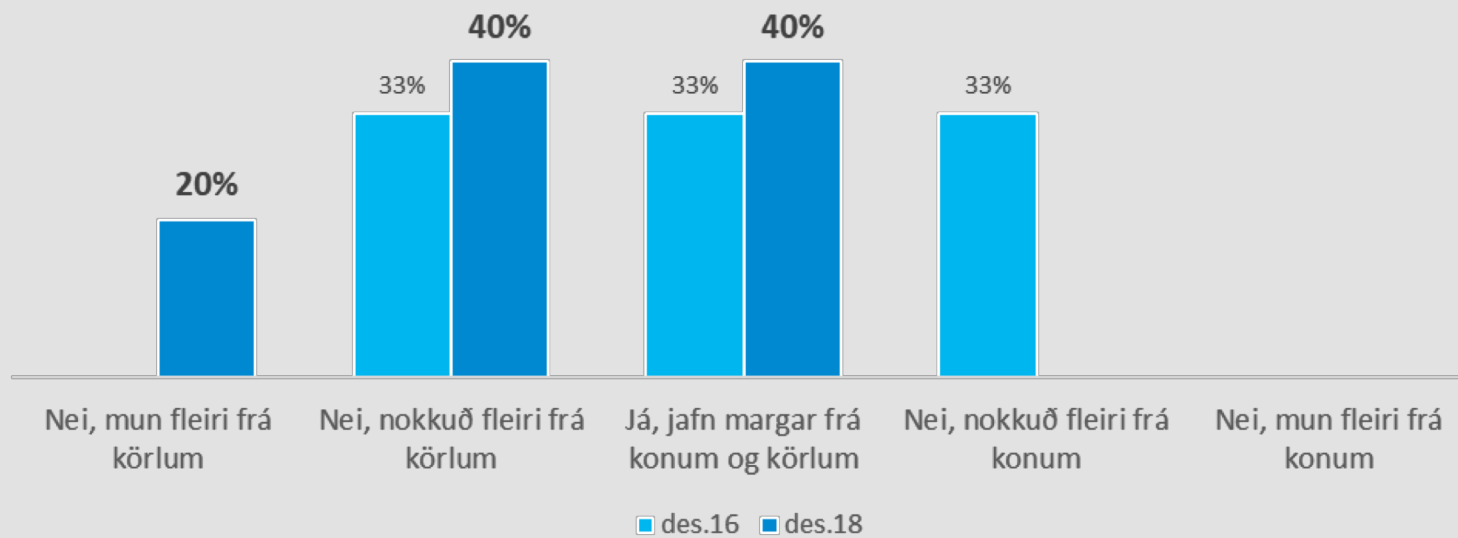


Hlutfall auglýsingastofa sem eru með...



Umsóknir

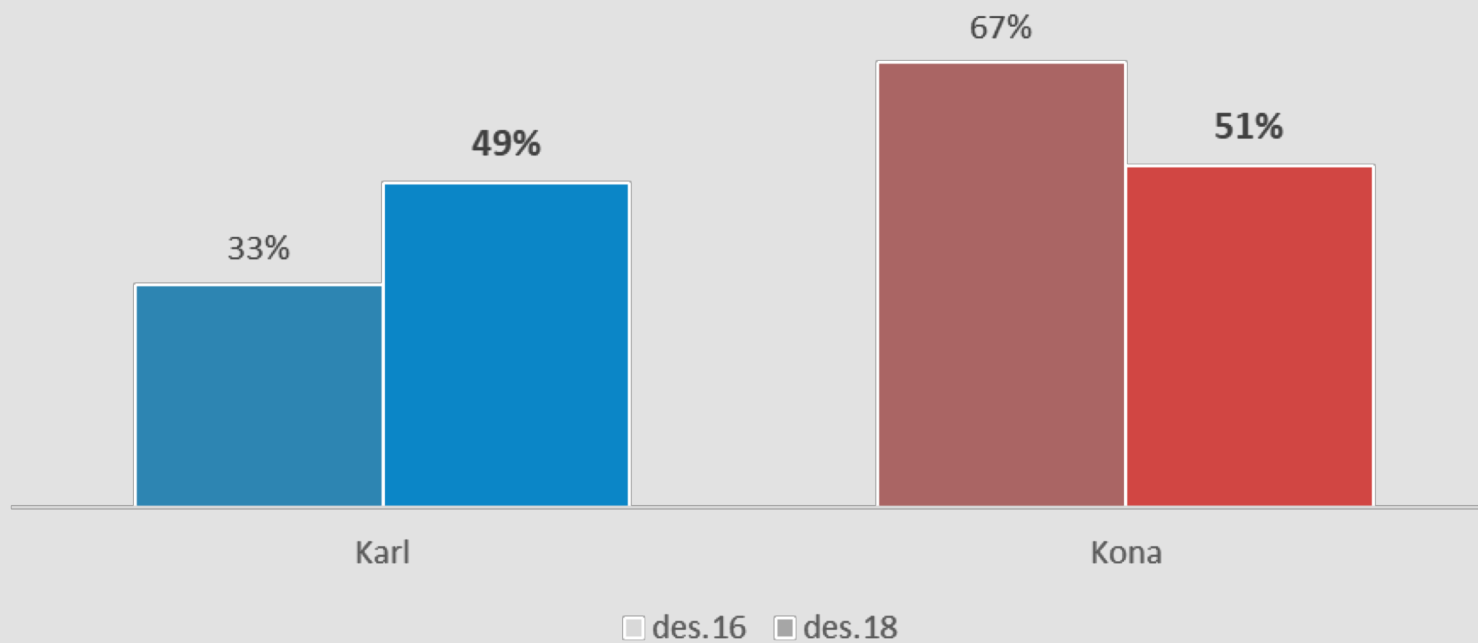
Hafa umsóknir um störf hönnuða síðastliðna 18 mánuði komið frá báðum kynjum til jafns?



Viðhorf til
kynjajafnvægis

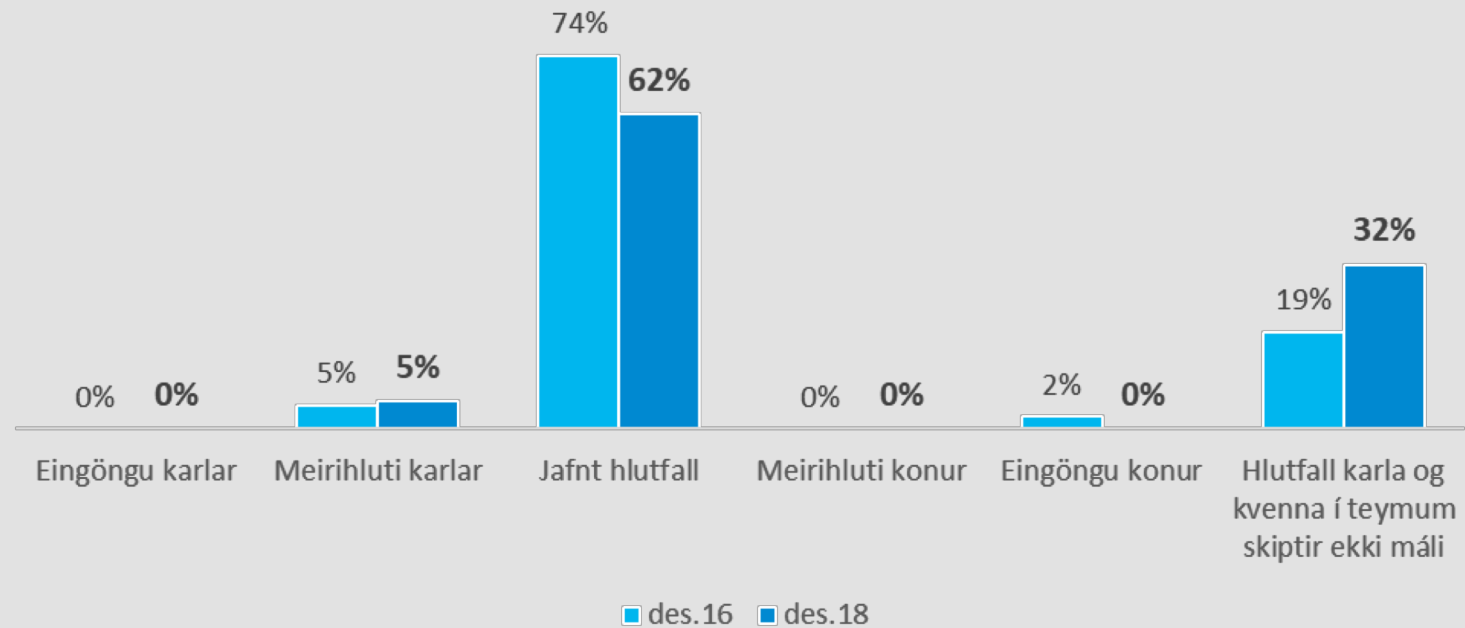
Markaðsstjórar

Hvert er kyn þitt?



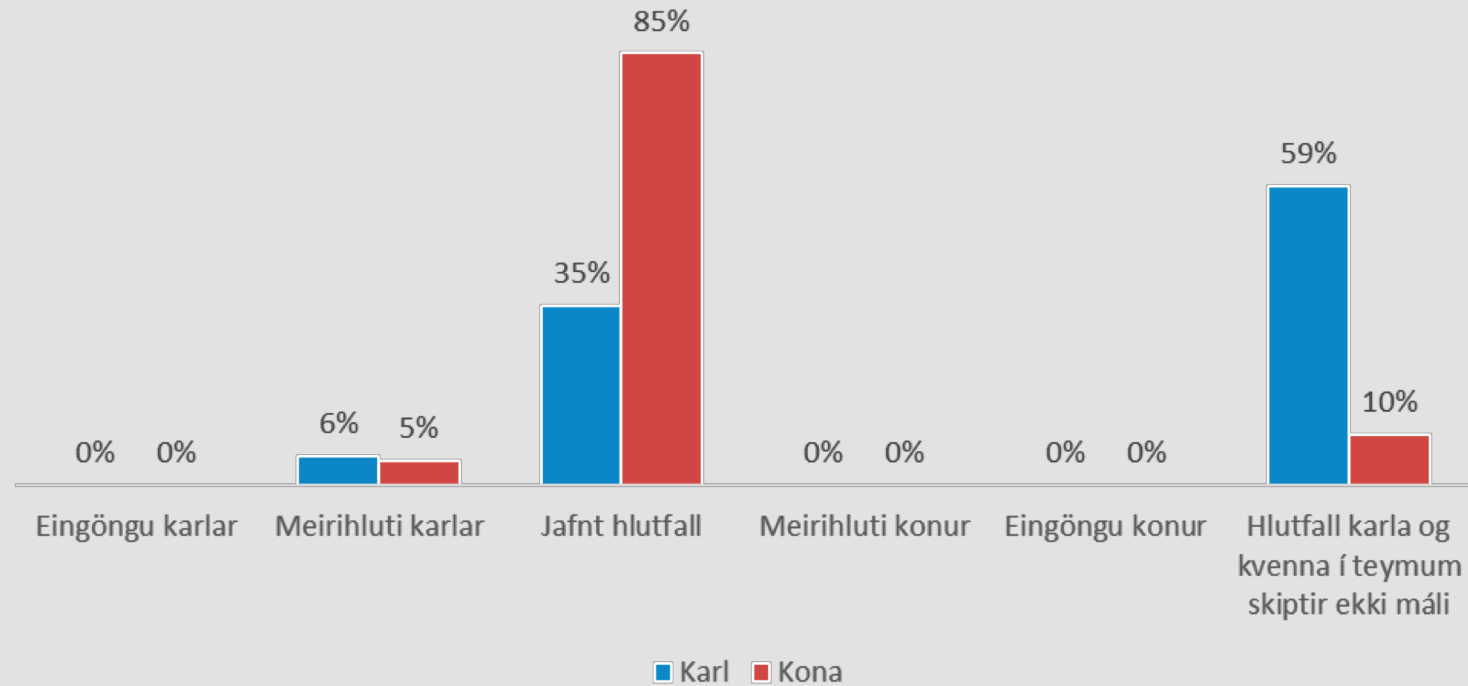
Markaðsstjórar

Hvert er æskilegasta hlutfall karla og kvenna í teymum sem koma að auglýsingagerð fyrir þitt fyrirtæki?



Markaðsstjórar

Hvert er æskilegasta hlutfall karla og kvenna í teyllum sem koma að auglýsingagerð fyrir þitt fyrirtæki?



Markaðsstjórar – opin svör

Hvers vegna er æskilegt að hafa jafnt hlutfall karla og kvenna í teyllum sem koma að auglýsingagerð fyrir þitt fyrirtæki?

Fyrir fjölbreytni

Viðskiptavinir okkar eru 50/50 karlar og konur. Því er nauðsynlegt að sjónarmið beggja kynja komi fram í gerð markaðsefnis. Oft er um að ræða ólíka sýn á hlutina út frá ólíkum reynsluheimum.

Þannig næst fram viðhorfa beggja kynja sem hentar vel ef auglýsingaefnið á að höfða til beggja kynja.

Best er að fá sjónarhorn bæði karla og kvenna á auglýsingagerð. Þó svo að endaniðurstaða breytist endilega ekki mikið hvort kynið er í meirhluta.

Langbest þegar hópurinn er fjölbreytt samsettur svo ólík sjónarmið komist á framfæri.

Fá sjónarhorn allra

Mikilvægt að hafa fjölbreytni að leiðarljósi ekki bara hvað varðar kyn heldur líka aldur og bakgrunn

Meiri breidd og ekki einsleit sýn á verkefnin.

Þetta á sérstaklega við um hugmyndavinnu - það koma oft ólík sjónarmið og upplifun frá kynjunum. Mikilvægt að allar raddir heyrist.

Skiptir máli að vera með teymi sem endurspeglar markaðinn - en það búa ekki bara karlmenn á Íslandi

Þannig nást fram mismunandi sjónarmið mun betur fram.

Viðskiptavinir konur sem karlar.

Mikilvægt að fá bæði sjónarhorn og ólíkar nálganir. Því er best komið fram með því að hafa bæði kynin í hugmyndavinnu og nálgun.

Konur eru mun stærri hópur á einstaklingsmarkaði hjá okkur sem taka ákvörðun um vöruval. Það snýst aðeins við á B2B markaði. En engu að síður þá verðum við að höfða jafnt til beggja kynja og því mikilvægt að hafa svipað hlutfall af konum og körlum í auglýsingagerðinni. Þetta er þó ekki alveg heilagt, þar sem að hæfni hvers og eins er úrslitavaldur. Hvort sem um er að ræða konu eða karl.

Af reynslunni er bestur árangur með jafnt kynjahlutfall í teyllum.

Gott að fá innsýn og hugmyndir frá báðum kynjum

Markaðsstjórar – opin svör

Hvers vegna er æskilegt að hafa fleiri karla í teyllum sem koma að auglýsingagerð fyrir þitt fyrirtæki?

Eru oft bara með meira frumkvæði og aðar sýn en við á hlutina.

Hvers vegna skiptir hlutfall karla og kvenna í teyllum sem koma að auglýsingagerð fyrir þitt fyrirtæki ekki máli?

Bara hreinlega skil ekki spurninguna, hvers vegna ætti kynið að skipta máli?

Kyn skiptir ekki máli ef vinnan er vel unnin

Hlutfall kynja hefur ekki bein áhrif á markaðsstarfið svo lengi sem markhópurinn á sína rödd inn í vinnuna hvort sem það er í gegnum rýni eða að teyminu beint. Sú vara sem ég sel á jafnt við bæði kyn og snúast áskoranir okkar frekar að öðrum þáttum eins og aldri, fjölskylduháttum, tekjum og venjum frekar en hvort þú sért karl eða kona.

Tel kyn ekki skipta máli þegar kemur að því að koma með góðar tillögur og hugmyndir sem henta fyrirtækinu.

Nákvæmt hlutfall skiptir ekki máli - stundum eru fleiri konur, stundum karlar. Gæði umræðunnar skiptir öllu máli!

Hæfni, menntun og reynsla er óháð kyni. Hæfni kynjanna er þó að nokkru leiti ólík þannig að ég leitast alltaf við að blanda kynjum í hópa.

Það er æskilegra að það séu bæði karlar og konur í teyminu en hæfileikar viðkomandi á ákveðnu sviði skiptir meira máli en kyn.

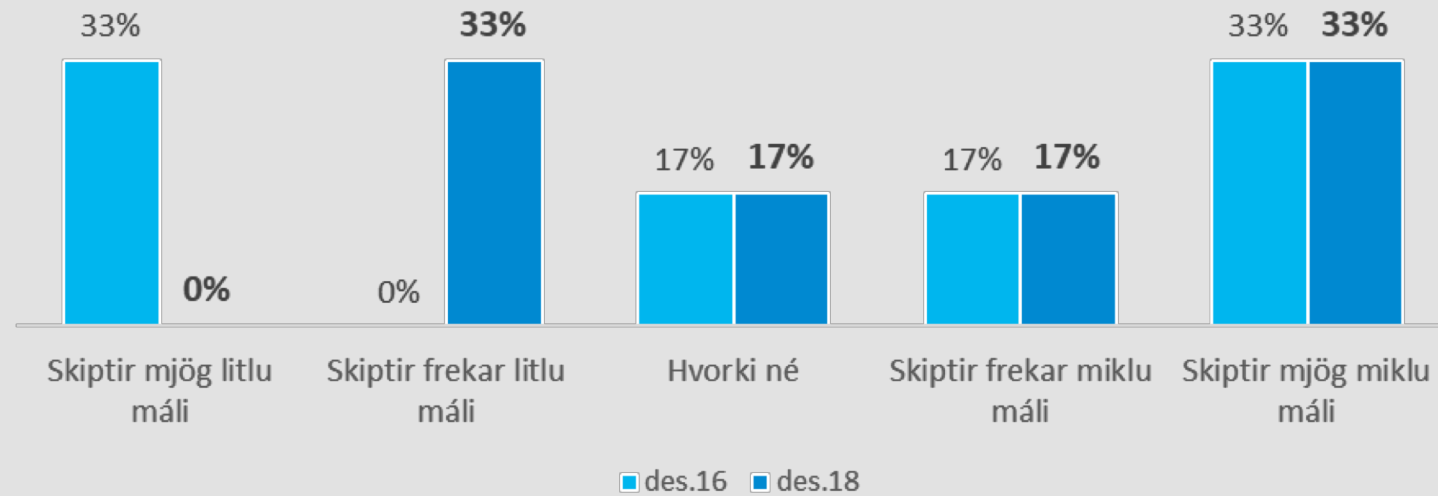
Erum ekki með neina kvóta eða markmið um kynjahlutföll í ráðgjafateyllum.

Fer algerlega eftir því hvað er verið að auglýsa og hver markhópurinn er. Þannig að fyrirfram ákveðin skipting skiptir ekki máli. Ef markhópurinn er konur á ákveðnum aldri og varan er mun meira kvennlæg en karllæg þá er betra að hafa konur eingöngu eða í meirihluta í teyminu. Sem síðan snýst við þegar varan eða markhópurinn er karllægur.

Það skiptir máli að hafa álit beggja kynja og annarra þjóðfélagshópa en mikilvægast er að hafa hæfileikaríkt fólk í teyminu. Burt séð frá kyni.

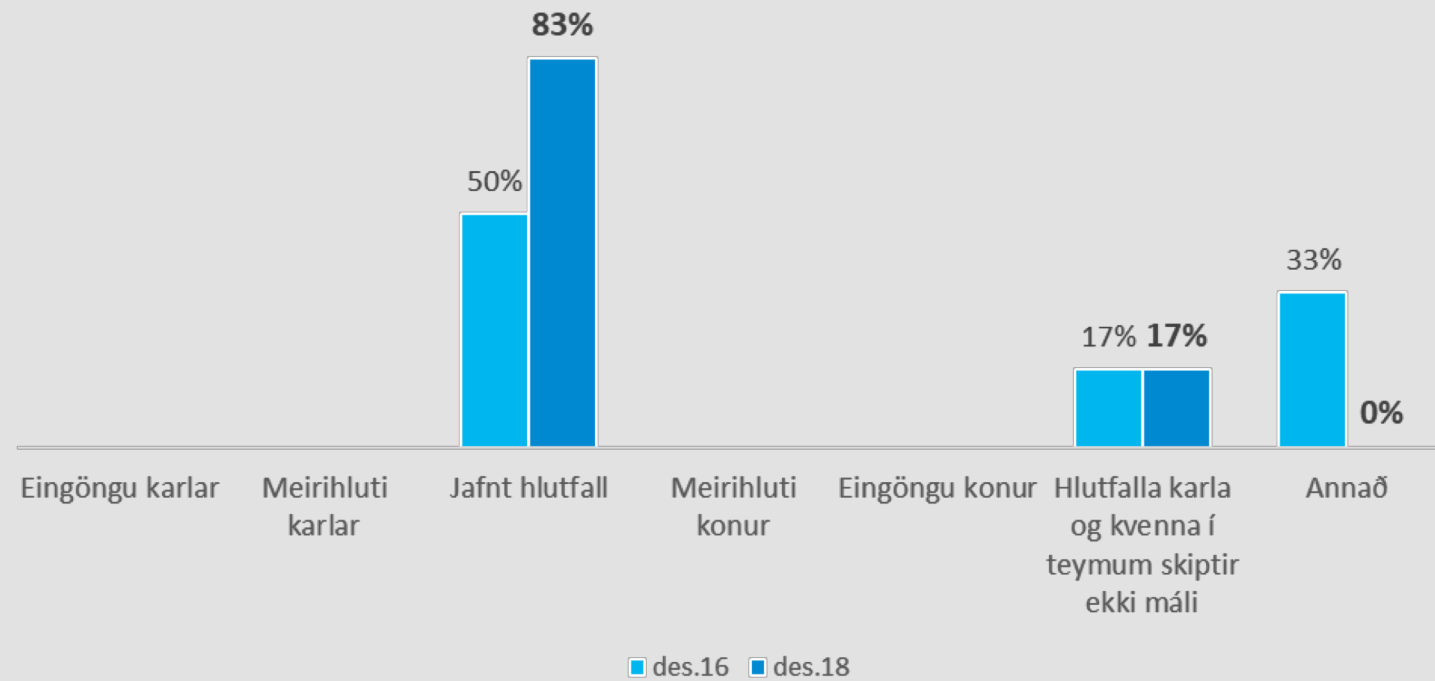
Framkvæmdastjórar

Hversu miklu eða litlu máli skiptir það að teymi sem vinna fyrir viðskiptavini stofunnar séu skipuð bæði konum og körlum?



Framkvæmdastjórar

Hvert er æskilegasta hlutfall karla og kvenna í teyllum sem koma að auglýsingagerð fyrir viðskiptavini stofunnar?



Framkvæmdastjórar – opin svör

Hvers vegna er æskilegt að hafa jafn hlutfall karla og kvenna í teymum sem koma að auglýsingagerð fyrir viðskiptavini stofunnar?

Augljóst af hverju.

Vegna þess að markhópar eru oftast en ekki blandaðar hópar karla og kvenna. Mikilvægt í teymum auglýsingastofa að sjónarmið beggja hópa koma fram, eykur víðsýni og hugmyndaauðgi. Líklegra að leiði til réttari niðurstöðu.

Svo innsýn sé sem best og öll sjónarmið séu rædd. Útkoman verður þá betri.

Í flestum tilfellum er það æskilegt en það fer þó eftir verkefninu. Yfirleitt er það til þess að fá sem flest sjónarhorn á verkefnið.

Skilar betri vinnu.

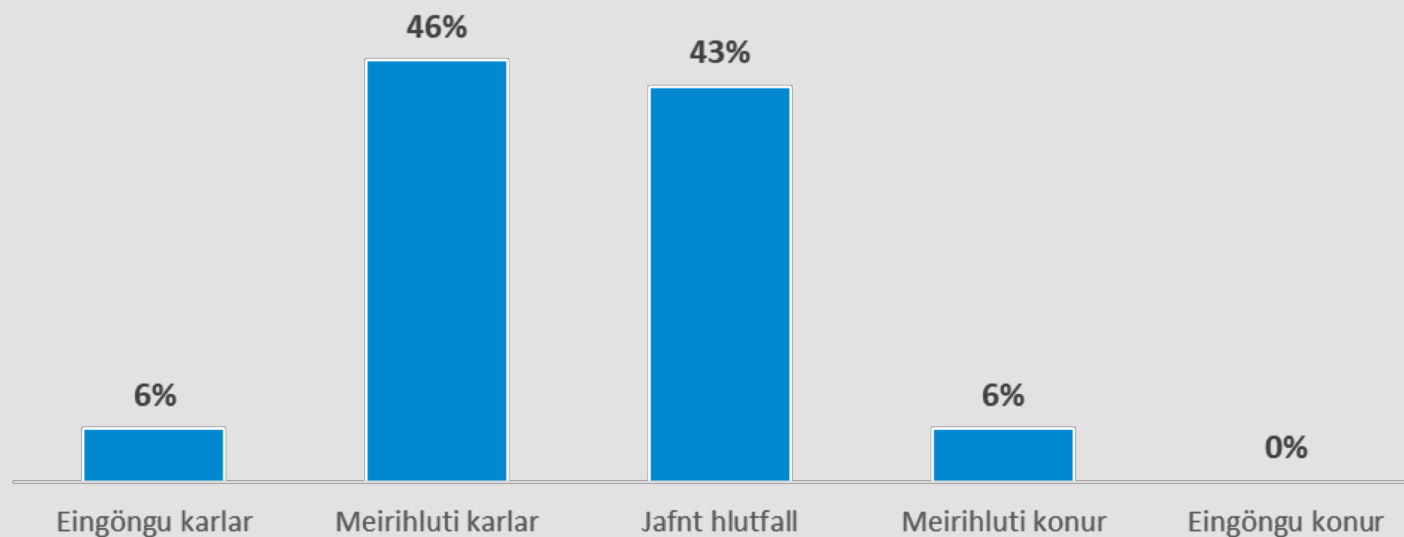
Til að endurspegla markhóp.

Hvers vegna skiptir hlutfall karla og kvenna í teymum sem koma að auglýsingagerð fyrir viðskiptavini stofunnar ekki máli?

Hæfileikar skipta höfuðmáli óháð kyni. Alla jafna er þó gott að hafa einhverja af báðum kynjum í teymisvinnu, sérstaklega í stærri verkefnum.

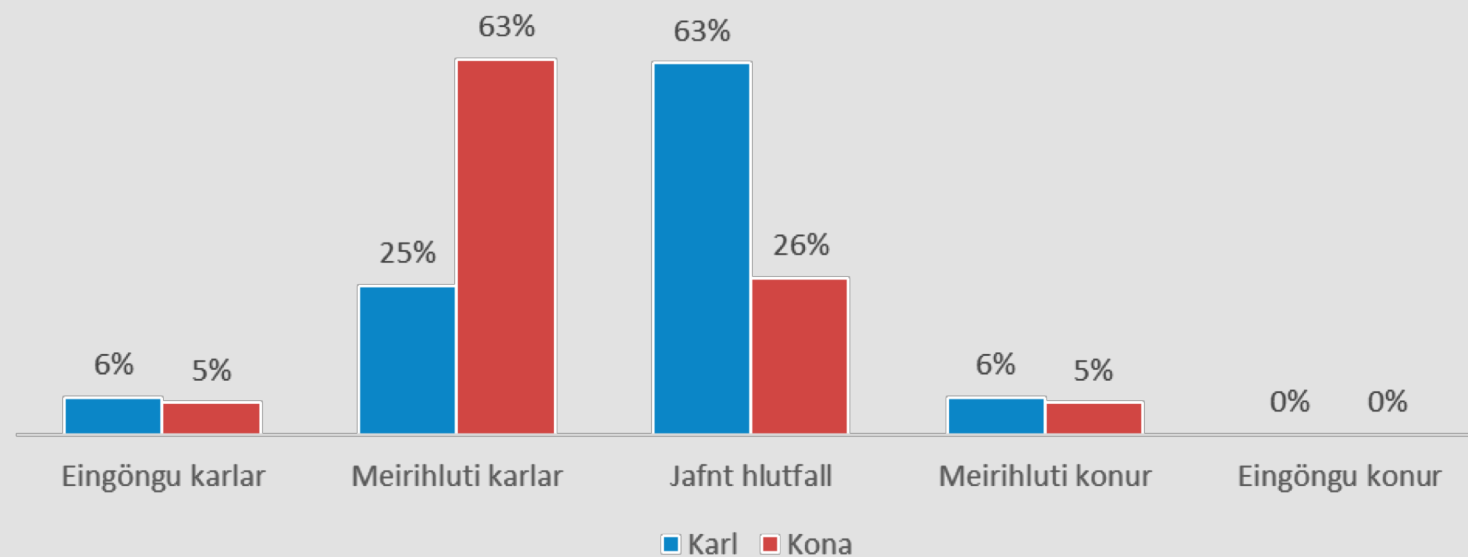
Markaðsstjórar

Hvert er hlutfall karla og kvenna í teymi auglýsingastofunnar sem kemur að auglýsingagerð fyrir þitt fyrirtæki?



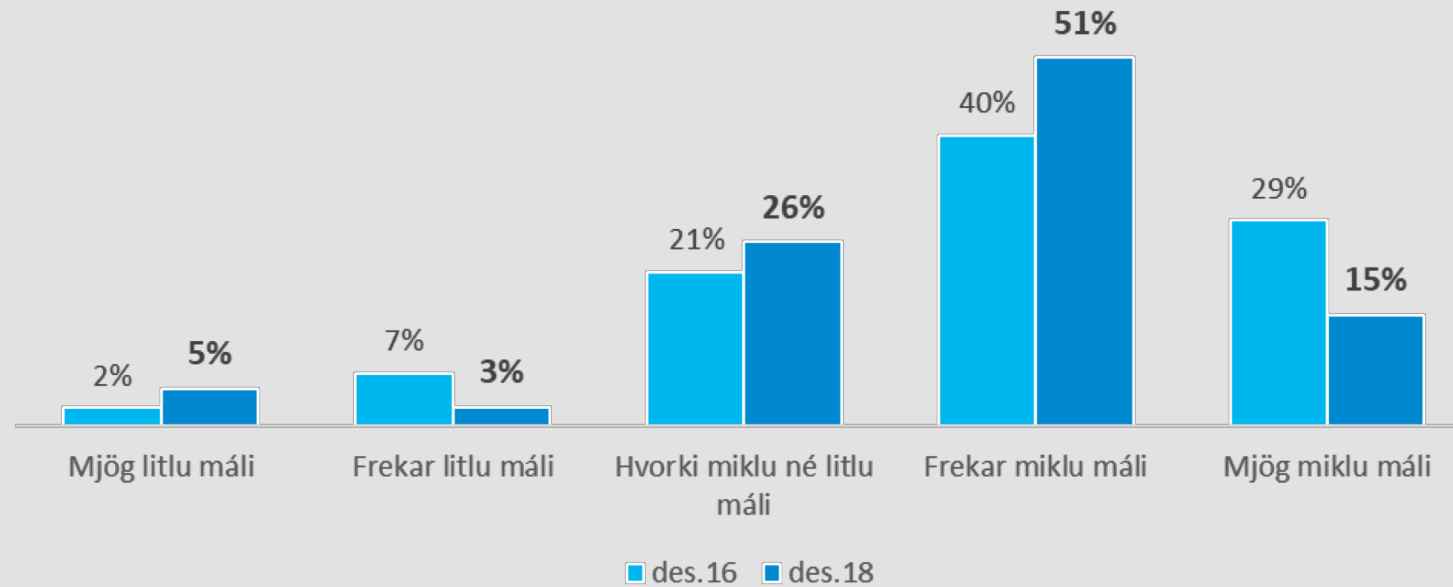
Markaðsstjórar

Hvert er hlutfall karla og kvenna í teymi auglýsingastofunnar sem kemur að auglýsingagerð fyrir þitt fyrirtæki?



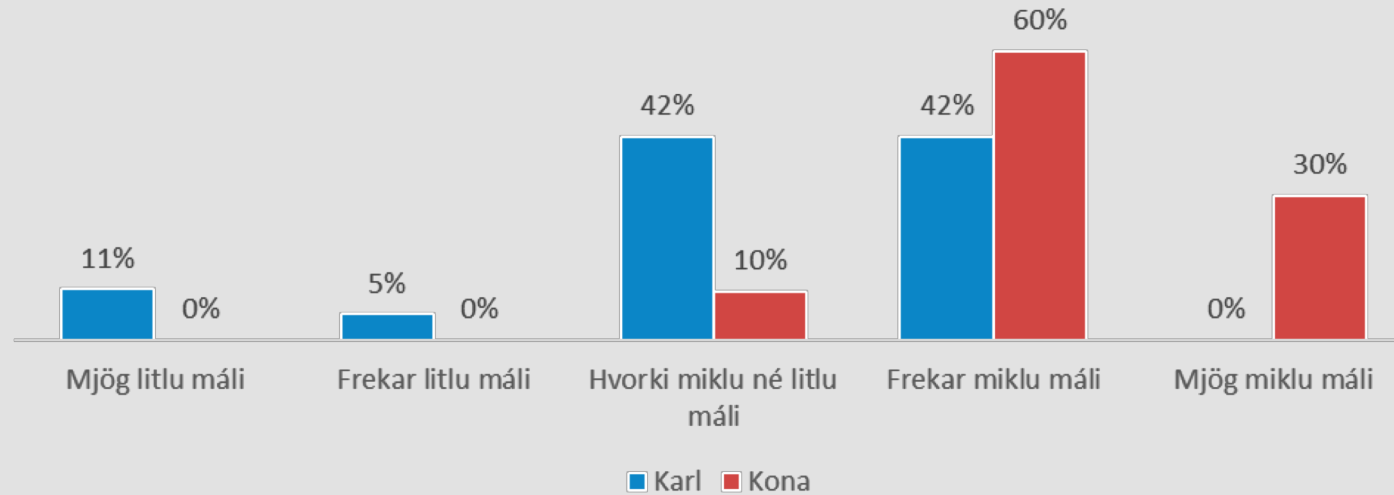
Markaðsstjórar

Hversu miklu eða litlu máli telur þú það skipta að kynjasamsetning teymis sem vinnur að auglýsingu endurspegli þann markhóp sem auglýsingin á að ná til?



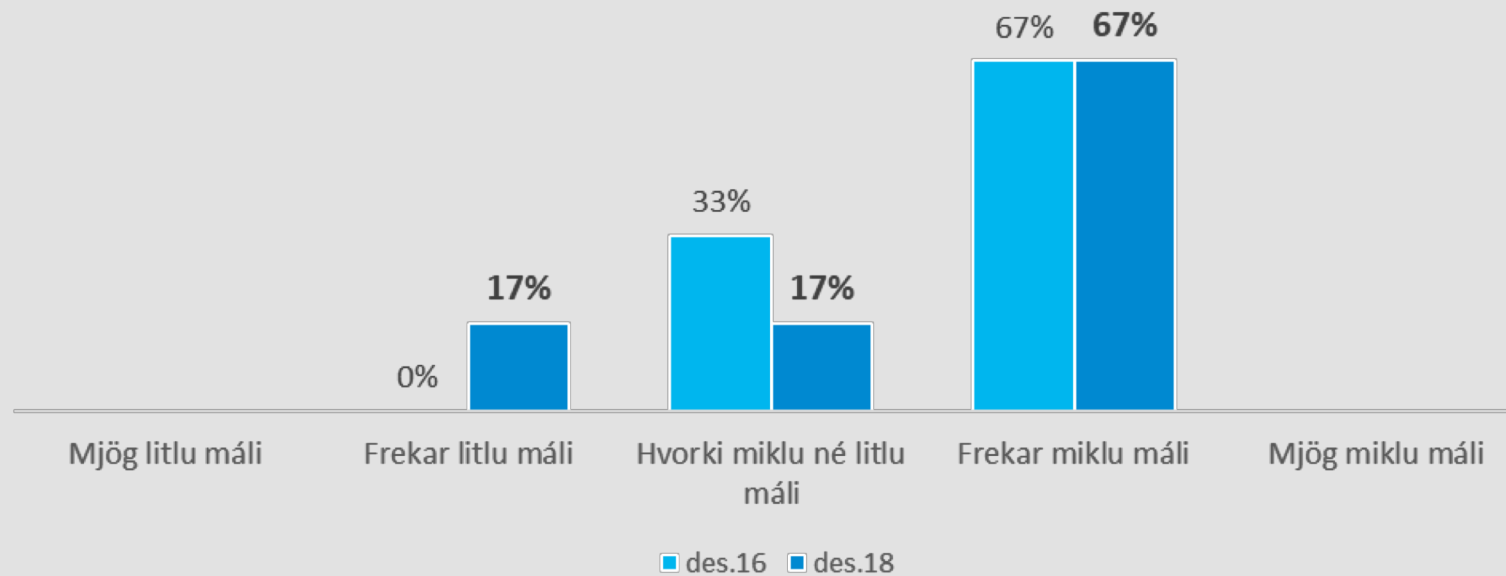
Markaðsstjórar

Hversu miklu eða litlu máli telur þú það skipta að kynjasamsetning teymis sem vinnur að auglýsingu endurspegli þann markhóp sem auglýsingin á að ná til?



Framkvæmdastjórar

Hversu miklu eða litlu máli telur þú það skipta að kynjasamsetning teymis sem vinnur að auglýsingu endurspegli þann markhóp sem auglýsingin á að ná til?



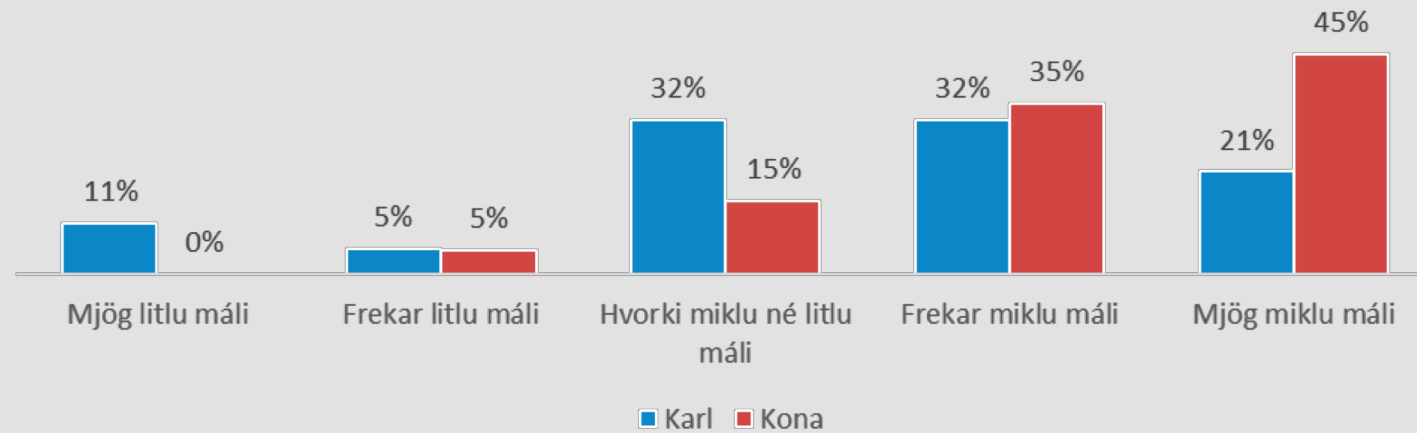
Markaðsstjórar

Hversu miklu eða litlu máli telur þú það skipta að aðalhlutverk í auglýsingum fyrir þitt fyrirtæki séu skipuð leikurum og/eða fyrirsætum af báðum kynjum?



Markaðsstjórar

Hversu miklu eða litlu máli telur þú það skipta að aðalhlutverk í auglýsingum fyrir þitt fyrirtæki séu skipuð leikurum og/eða fyrirsætum af báðum kynjum?



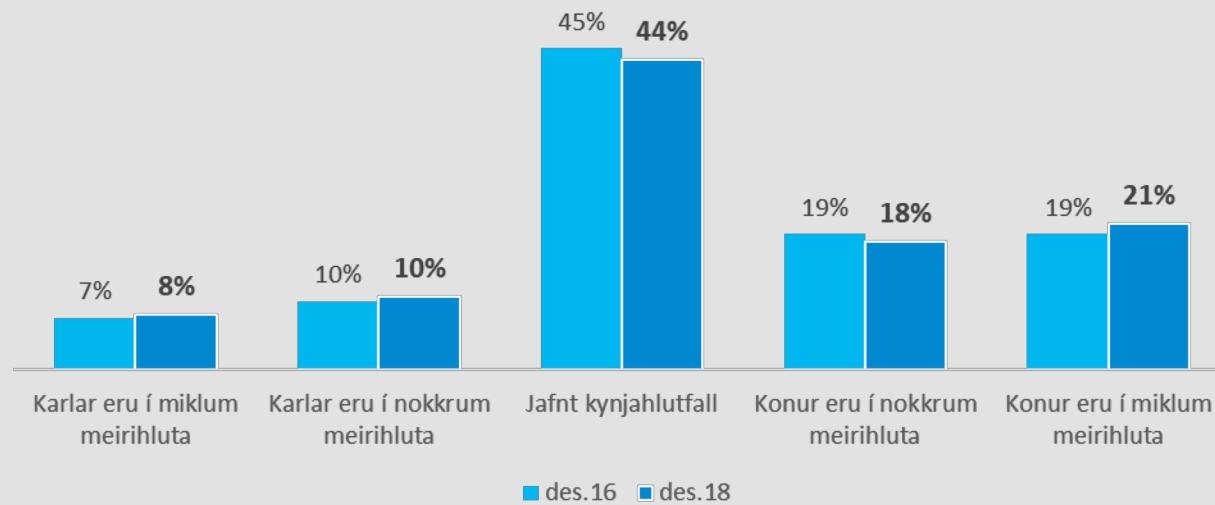
Framkvæmdastjórar

Hversu miklu eða litlu máli telur þú það skipta að aðalhlutverk í auglýsingum séu skipuð leikurum og/eða fyrirsætum af báðum kynjum?



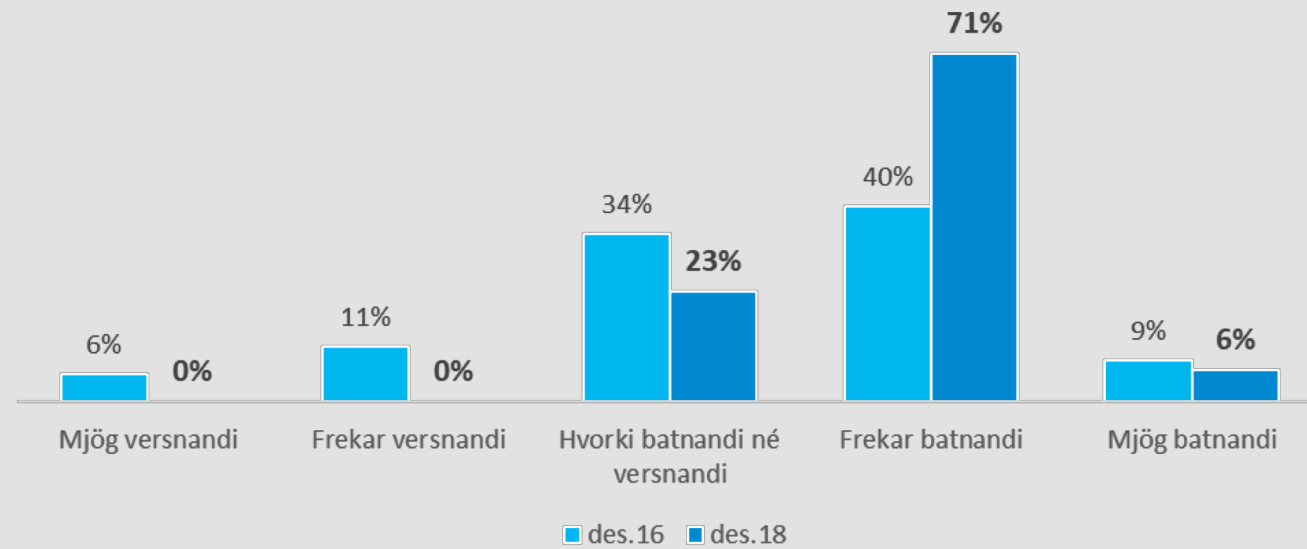
Markaðsstjórar

Hvernig er kynjahlutfallið í markaðsdeild þíns fyrirtækis?



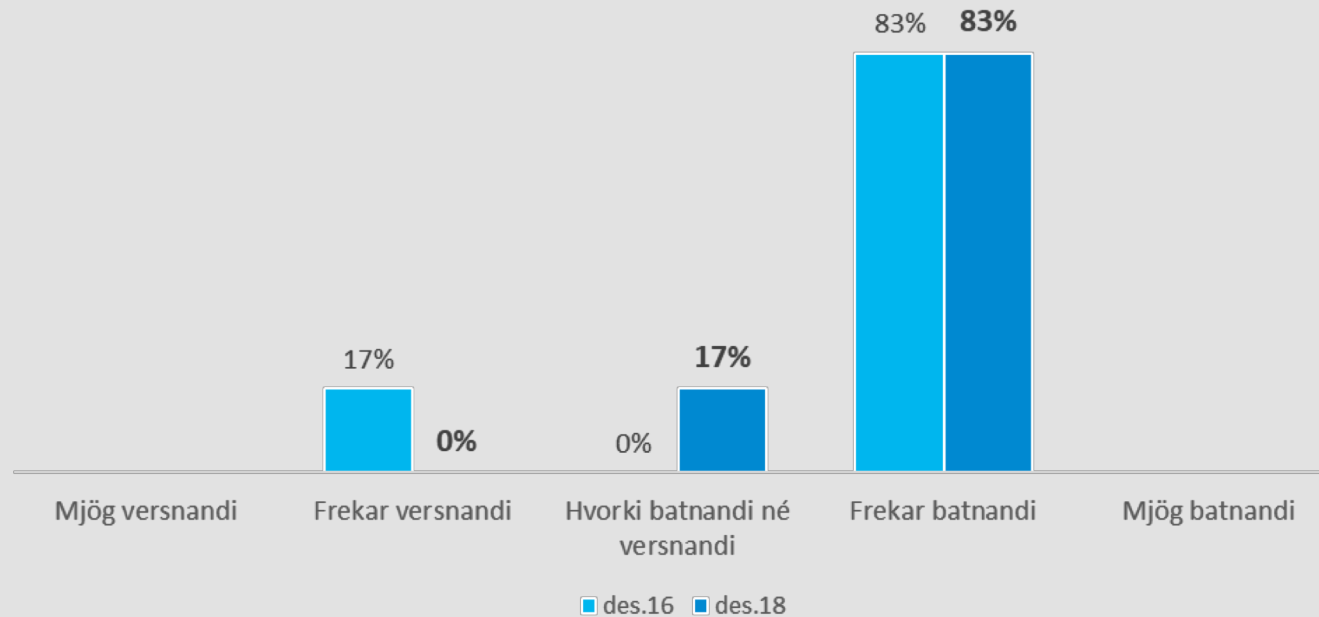
Markaðsstjórar

Hvort telur þú að staða jafnréttismála innan auglýsingastofa á Íslandi hafi farið batnandi eða versnandi síðastliðin 10 ár?



Framkvæmdastjórar

Hvort telur þú að staða jafnréttismála innan auglýsingastofa á Íslandi hafi farið batnandi eða versnandi síðastliðin 10 ár?



Hvað tókum við út úr þessu?

- **Við erum að sjá framfarir**
- Konum fjölgað í stjórnendastöðum á SÍA stofunum
- Allar SÍA stofurnar eru með markmið um að jafna kynjahlutföll
- Flestir viðskiptavinna telja stöðuna betri en áður
- Kvenkyns markaðsstjórar hafa önnur viðhorf til kynjajafnvægis en karlar
- Verkefninu ekki lokið – við verðum að vera vakandi



„Jafnrétti kynjanna er ekki náð og það kemur ekki að sjálfu sér.”

Katrín Jakobsdóttir

SÍA

SAMBAND ÍSLENSKRA
AUGLÝSINGASTOFA