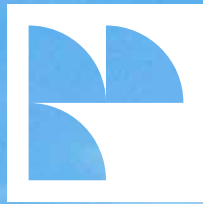


TABAN ÜCRET

POLİTİKASI

OCAK 2024



REKLAMCILAR
PLATFORMU



TABAN ÜCRET POLİTİKASI / Ocak 2024 Raporu

Reklamcılar Platformu tarafından Temmuz 2023'te açıklanan "**Taban Ücret Politikası Raporu**" sektörde bir ilk oldu, ajansların ve çalışanların rasyonel, finansal dayanağı haline geldi.

Nitelikli işgücü olarak tanımlanan ve sayıları **5.000**'i dahi bulmayan reklam çalışanlarının emeklerinin karşılığını "**Asgari Seviyede**" dahi alamadıkları gerçeğini orta koyan ve gelir kayıplarının **%62,35** seviyesinde olduğunu tespit eden rapora **buradan ulaşabilirsiniz**.

Reklamcılar Platformu, söz konusu raporun yayımlanmasından hemen sonra, krizden çıkış yollarını konuşmak üzere ajansları ve çalışanları ilk kez "**Çözüm Masası**" zemininde bir araya getirdi.

Sektördeki etki alanı, çalışan ve üye sayısı göz önüne alınarak belirlenen 20 reklam ajansının yarısı davetimize olumlu cevap verdi, bu durum çözüme dair umudumuzu artırdı.

Hedefimiz, yaratıcı reklam ajanslarıyla **Çözüm Masası** etrafında başlatılan diyalogları katılımı artırarak sürdürmektir.

Son olarak, 'REPİD Reklamın Türkiye Ekonomisine Katkısı 23' raporunda yer aldığı üzere yaptığımız işin değerli olduğunu, ülkemizde reklam gelirlerinin düzenli bir şekilde arttığını ve sektörümüzün finansal potansiyelinin hâlâ çok yüksek olduğunu biliyoruz.

Ülke ekonomisine **360 Milyar TL'den fazla** etkisi olan böylesi büyük bir sektörün dinamosu olan reklam ajanslarının ürettiği çıktı, yaratıcı çalışmalardan prodüksiyona, uygulamadan medyaya, araştırmadan ünlü kullanımına kadar büyük bir sistemin başlangıcıdır. Ancak reklam ajansları arasında bir meslek birliğinin olmaması ve "**asgaride**" bir anlaşmaya varılamaması, sektörün en büyük açmazı olarak karşımızda.

Bugün geldiğimiz noktada:

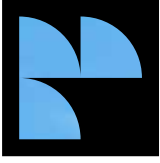
Reklam çalışanlarının **%95**'i, temmuz ayında açıklanan taban ücret rakamlarına ulaşamamıştır.

Yaşam maliyetinin yıllık **%78,48** artış gösterdiği İstanbul'da, "**barınamıyorum**" diyen reklamcıların oranı **%72,5**'e dayanmıştır.

Reklam çalışanlarının yarıya yakını, en temel gereksinimlerini dahi karşılamakta zorlanırken, sektör nitelikli insan gücünü yitirmektedir.

İdeal olan değil, asgari sınırı işaret eden Reklamcılar Platformu **Ocak 2024** raporunu tüm sektörün dikkatine sunuyor, çalışmalarda emeği geçen meslektaşlarımıza teşekkür ediyoruz.

Bu vesileyle çağrımızı yineliyoruz; **Çözüm Masada!**



MEVCUT DURUM

Türk-İş'in hazırladığı 2023 Kasım ayı verilerine göre:

Açlık Sınırı: **14.025 TL (6 aylık değişim oranı %35,20)**

Yoksulluk Sınırı: **45.868 TL (6 aylık değişim oranı %35,21)**

*Kaynak: <https://www.turkis.org.tr/turk-is-kasim-2023-aclik-ve-yoksulluk-siniri/>

Asgari Ücret Artış Tablosu

2023 Temmuz Ayı Asgari Ücret: **11.402,32 TL**

2024 Ocak Ayı Asgari Ücret: **17.002 TL (bir önceki tutara göre %49 artış)**

En Düşük Memur Maaşı Artış Tablosu

2023 Yılı 2. Yarı: **22.000 TL**

2024 Ocak Ayı En Düşük

Memur Maaşı Beklentisi: **33.000 TL (bir önceki tutara göre %49,99 artış)**

Enflasyon Verileri

2023 yılı temmuz ayı ve kasım ayı arasındaki enflasyon değişim oranı **%33,7**

Kaynak: <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Enflasyon+Verileri/Tuketici+Fiyatları>
<https://www.bloomberght.com/emekli-ve-memur-zam-oranlari-netlesiyor-2343238>

İstanbul Ticaret Odası Verileri

2023 Haziran – 2023 Kasım arası İTO geçinme endeksi verilerine göre ücretli işçilerin geçinme endeksi **%35,63** artmıştır.

Kaynak: https://ito.org.tr/documents/istatistik_genel_tablo_dokumanlari/basin_bulteni_kasim_2023.pdf

İstanbul'da Yaşam Maliyeti Verileri

İstanbul Planlama Ajansı (İPA) verilerine göre 2023 Kasım ayında İstanbul'da yaşam maliyeti **47.493 TL**'ye yükseldi.

Bu tutar temmuz raporundan beri **%34,23** arttı.

Kaynak: <https://ipa.istanbul/istanbulda-yasamanin-maliyeti-aylik-47-493-lira-oldu/>

İstanbul Kira Oranları

2023 Haziran ayında İstanbul ortalama kira bedeli **13.000 TL**.

2023 Kasım ayı itibarıyla İstanbul ortalama kira bedeli **17.084 TL (6 aylık değişim oranı 31,41)**.

Kaynak: <https://www.endeksa.com/tr/analiz/turkiye/istanbul/endeks/kiralik/konut>

İstanbul'da yaşam maliyeti 5 aylık artış oranı: **%34,23**

Asgari ücretin 6 aylık artış oranı: **%49**

En düşük memur maaşı 6 aylık artış oranı: **%49,99**

Temmuz 2023 - Kasım 2023 enflasyon artış oranı: **%33,7**

İstanbul geçinme endeksi 5 aylık artış oranı: **%35,63**

İstanbul kira bedeli 5 aylık artış oranı: **%31,41**

Açlık sınırı 5 aylık değişim oranı: **%35,20**

Yoksulluk sınırı 5 aylık değişim oranı: **%35,21**



Tüm oranlar hesaba katıldığında
6 aylık ortalama artış oranları %38 seviyesindedir.

6 ay önce yayımladığımız raporda, **2021-2023** yılları arasını inceleyerek, yukarıdaki oranlara ulaşmış ve reklam sektörü maaşlarındaki artış oranlarıyla kıyaslamıştık. Bu kıyasla ortaya çıkan **%62,35** oranındaki maaş artışı ihtiyacı karşılanmadan enflasyon oranları artmaya devam ediyor.

Reklam çalışanlarının asgari yaşam koşullarını sağlayabilmeleri için; öncelikle temmuz ayında açıkladığımız **%62,35** oranındaki artışın uygulanması, ardından da bu raporda yer alan **+%38** oranının hayata geçirilmesi gerekliliğini önemle vurguluyoruz. Bu bağlamda güncel rakamlarımız Reklamcılar Platformu Temmuz 2023 raporundaki rakamlara **%38** eklenerek hazırlanmıştır.

KIDEMLERE GÖRE BELİRLENEN TABAN ÜCRET SINIRI

Açlık ve yoksulluk sınırı aritmetik ortalaması: **29.946,50 TL**

Mesleğe ilk adımını atmış, yeni mezun bir reklam çalışanın başlangıç ücreti **en az**, açlık ve yoksulluk sınırı aritmetik ortalaması **29.946,50 TL** olmalıdır.

1. seviye çalışan için başlangıç ücreti **en az 38.549,26 TL** olmalı.

(Jr. Reklam Yazarı, Jr. Sanat Yönetmeni, Müşteri İlişkileri Temsilcisi, Grafiker, Jr. Yapımcı, Motion Designer, Sosyal Medya Yöneticisi vb.)

2. seviye çalışan için başlangıç ücreti **en az 48.168,50 TL** olmalı.

(Reklam Yazarı, Sanat Yönetmeni, Grafik Şefi, Müşteri İlişkileri Süpervizörü, Stratejist vb.)

3. seviye çalışan için başlangıç ücreti **en az 57.823,89 TL** olmalı.

(Yaratıcı Grup Başkanı, Müşteri İlişkileri Direktörü, Sosyal Medya Direktörü, Sr. Yapımcı, Strateji Direktörü vb.)

4. seviye çalışan için başlangıç ücreti **en az 80.953,45 TL** olmalı.

(Kreatif Direktör, Head of Production, Müşteri İlişkileri Grup Direktörü, Grup Strateji Direktörü, Chief Digital Officer, Design Director vb.)

Freelance Çalışan: Ajanslarla dönemsel ya da uzun vadeli freelance çalışanlar, en az, kıdemlerine denk gelen seviyedeki aylık taban ücret* üzerinden anlaşma sağlamalı.

Not: Seviyeler altında yer alan unvanlar sektör maaş ortalamalarına göre belirlenmiş ve sadece finansal açıdan gruplandırılmıştır. Aynı grupta yer alan unvanlar kıdem bakımından kıyaslanmamalıdır.

Unvanlar ajanslara göre farklılık ve çeşitlilik gösterebildiği için gruplandırmalarda unvanlar örnek olarak eklenmiştir.

Reklam ajanslarında görev alan tüm çalışanların taban ücret sınırları, mevcut kıdem ve tecrübeleri göz önünde bulundurularak belirlenmelidir. Kıdeme ve tecrübeye göre alt sınır üzerinden fiyat artışı gerçekleştirilmelidir.



Yönetici pozisyonunda görev alan çalışanların (CEO, GM, CFO, CCO, ECD vb) taban ücretinin belirlenmesinde, her ajansın kendi ortalama maaş seviyesi ve ücret politikası esas alınmalıdır.

Bu rapor, net ücretler üzerinden hazırlanmıştır. Tüm vergiler hariçtir.

* Freelance çalışanlar, ödeme konusunda şartları standarda oturtmak için, anlaşılan tutarın %50'sini peşin, kalan tutarı 15 gün vadeyle almalıdır. Ayrıca ajansla anlaşma yaparken, çalıştıkları süre kadar sigortalanma haklarının olduğunu hatırlatmalıdır.

ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEM:

Reklam sektörü, pandemi ve seçim dönemiyle derinleşen ekonomik krizden en çok etkilenen sektörlerin başında gelmektedir.

Son 3 yılda mecra, medya, markom, yapım gibi birçok sektör bileşeni düzenli artışlarla değerini korumaya çalışırken reklam ajanslarının gelir artışları dramatik seviyede geride kalmıştır. Reklamcılar Platformu Temmuz 2023 raporunda detaylı bir şekilde ifade edilen, reklamcılarının **%62,35'lik gelir kaybı** geçtiğimiz dönem de kapatılmamıştır.

Türk ekonomisinin önümüzdeki 3 yıl boyunca yüksek enflasyonla mücadele etmek zorunda kalacağı tüm uzmanların hemfikir olduğu bir gerçek olarak karşımızda. Böylesi zorlu bir dönemde **ajansların fiyatlandırmalarında, çalışanların maaşlarında**, bu raporda tavsiye edilen asgari tutarları baz alması önümüzdeki dönem için hayati önem taşımaktadır.

Reklamcılar Platformu, sektörün ve çalışanlarının hak ettiği değeri tekrar kazanması için kararlılıkla çalışmaya devam edecektir. **#FikirBirliği #ÇözümMasada**