

# Der Oberbürgermeister

Landeshauptstadt Erfurt . Der Oberbürgermeister . 99111 Erfurt

Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Herr Robeck

Fischmarkt 1

99084 Erfurt

## Drucksache 2167/24; Anfrage nach § 9 Abs. 2 GeschO; Personalmangel: Welchen Erfolg hatte die Personalkampagne der Stadtverwaltung Erfurt?

Sehr geehrter Herr Robeck,

Erfurt,

Ihre Anfrage beantworte ich wie folgt:

Der Sachverhalt der Anfrage betrifft eine Angelegenheit nach § 29 Abs. 1 i. V. m. Abs. 3 ThürKO. Danach erledigt der Oberbürgermeister Personal- und Organisationsangelegenheiten in eigener Zuständigkeit.

Wie dem § 22 Abs. 3 ThürKO zu entnehmen ist, beschränkt sich die Überwachungsbefugnis des Stadtrats auf die Ausführung seiner Beschlüsse. Der Stadtrat hat keine Überwachungsbefugnisse hinsichtlich der durch § 29 ThürKO dem Oberbürgermeister zur Erledigung in eigener Zuständigkeit zugewiesenen laufenden Angelegenheiten des eigenen oder Aufgaben des übertragenen Wirkungskreises.

Aus diesem Grund bestehen keine Informationsrechte für Stadtratsmitglieder in diesem speziellen Aufgabenbereich. Die Personalangelegenheiten sind unter Beachtung der Zustimmungserfordernisse von § 29 Abs. 3 ThürKO für die dort genannten Maßnahmen alleinige Angelegenheit des Oberbürgermeisters. Dies verdeutlicht bereits der Wortlaut des § 29 Abs. 3 ThürKO, wonach selbst in den hier genannten Fällen dem Stadtrat lediglich eine Zustimmung zu den vom Oberbürgermeister zu treffenden Entscheidungen zukommt. Trifft der Oberbürgermeister demnach keine Entscheidung, entbehrt sich hier auch die Beteiligung des Stadtrates im Wege der Zustimmung.

Hieran ändert auch der Umstand nichts, dass der Stadtrat mit dem Beschluss zum Haushalt eine Haushaltsermächtigung zur Durchführung einer Personalkampagne für die Ausländerbehörde geschaffen hat. Maßnahmen der Personalgewinnung sind originärer Bestandteil der Personalangelegenheiten im Sinne von § 29 ThürKO und damit Angelegenheiten in alleiniger Zuständigkeit des Oberbürgermeisters.

Es wird daher darum gebeten, bei zukünftigen Anfragen diesen Umstand zu berücksichtigen.

Seite 1 von 2

Sie erreichen uns:

E-Mail: [oberbuergemeister@erfurt.de](mailto:oberbuergemeister@erfurt.de)

Internet: [www.erfurt.de](http://www.erfurt.de)

Rathaus

Fischmarkt 1

99084 Erfurt

Stadtbahn 2, 3, 6

Haltestelle:

Fischmarkt

Ungeachtet dessen erfolgte eine Beantwortung Ihrer Anfrage, auch wenn ich hierzu nicht rechtlich verpflichtet bin.

- 1. Welchen konzeptionellen Grundlagen liegt die präsentierte Kampagne zugrunde, insbesondere vor dem Hintergrund der anzusprechenden Zielgruppen, der Auswahl der graphischen Umsetzung, der Auswahl/Priorisierung der Werbeträger sowie der Auswahl der Slogans und mit welcher Agentur wurde die Kampagne umgesetzt?**

Der Kampagne liegt ein Kreativ-Konzept zugrunde, das gemäß den Anforderungen erarbeitet wurde, die im Rahmen

- des Ideen-Wettbewerbs,
- der Kick-off-Veranstaltung mit der Agentur und den Jury-Mitgliedern sowie
- auf Basis der Ergebnisse der Befragung der Mitarbeiter definiert wurden.

Die Kampagne wurde mit der Agentur Art-Kon-Tor umgesetzt.

- 2. Welchen Erfolg kann die Erfurter Stadtverwaltung bei der Mitarbeiter/-innengewinnung im Zusammenhang mit der Kampagne und gegenüber dem Vorjahr im selben Zeitraum verzeichnen und wie bewertet die Stadtverwaltung den Erfolg der Kampagne?**

Zum Kampagnenlaunch im August konnte eine Verdoppelung (100 % Steigerung) der Klickzahlen gegenüber dem Vorjahresmonat auf den Stellenportalen verzeichnet werden. In den Monaten September und Oktober liegen die Effekte bei einer Steigerung um ca. 40 – 50 % gegenüber den Vorjahresmonaten.

Für die Messung der Auswirkungen auf die Anzahl der Bewerbungen ist es noch zu früh, da dies sehr stellenabhängig ist und ein Monatsvergleich nicht belastbar wäre.

Die Kampagne ist nicht nur als Mitarbeitergewinnungskampagne, sondern auch als Mitarbeiterbindungskampagne angelegt. Wir nehmen über viele unterschiedliche Kanäle wahr (Resonanz beim Sommerfest des Personalrates, bei der Personalversammlung, beim Austeilen von internen Give-Aways, bei direktem Austausch, über E-Mail und Social Media), dass ein Großteil der Mitarbeitenden die Kampagne sehr positiv bewertet.

- 3. Welche Kosten wurden für die Personalkampagne im laufenden Jahr über welche Haushaltsstellen abgerechnet? (Bitte aufschlüsseln nach Konzeption, Ausgaben für Werbeflächen, Ausgaben online und Ausgaben Materialien.)**

Die Kosten laufen über die Haushaltsstelle 02200.56260 und betragen zum aktuellen Stand ca. 130.000 EUR. Eine genaue Aufschlüsselung nach Teilaspekten der Gesamtkampagne ist mit angemessenem Aufwand nicht leistbar.

Mit freundlichen Grüßen

A. Horn