

# Der Oberbürgermeister

Landeshauptstadt Erfurt . Der Oberbürgermeister . 99111 Erfurt

Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Herr Robeck

Fischmarkt 1

99084 Erfurt

## Drucksache 1086/25; Anfrage nach § 9 Abs. 2 GeschO; "Erfurt klingt gut," Hat sich die Personalkampagne der Stadtverwaltung gerechnet?

Sehr geehrter Herr Robeck,

Erfurt, 23.04.2024

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 OB zu treffenden Entscheidungen zukommt. Trifft der OB 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 der Personalkampagne geschaffen hat. Maßnahmen der Personalgewinnung sind originärer Bestandteil der Personalangelegenheiten im Sinne von § 29 ThürKO und damit Angelegenheiten in alleiniger Zuständigkeit des Oberbürgermeisters.

Ich bitte Sie dies bei künftigen Anfragen zu berücksichtigen. Ich behalte mir vor, meine Entscheidung, dem Stadtrat freiwillig Transparenz in den in meiner Zuständigkeit liegenden Angelegenheiten gewähren zu wollen, jederzeit zu revidieren, sofern ich den Eindruck gewinne, meine Unabhängigkeit in den

*Seite 1 von 3*

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

mir zugewiesenen Aufgaben würde beeinträchtigt oder die Verwaltung hierdurch über Gebühr beansprucht.

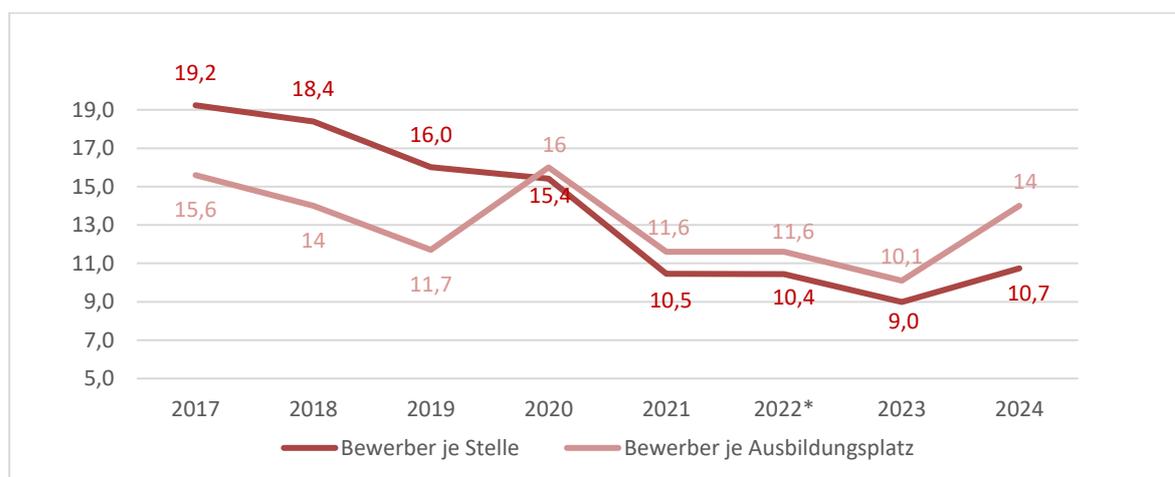
Dies vorausgeschickt beantworte ich Ihre Anfrage wie folgt:

- 1. Wie viele Bewerbungen sind bis zum Ende des 1. Quartals 2025 über das Online-Portal der Stadtverwaltung im Zusammenhang mit der Kampagne „Erfurt klingt gut“ eingegangen und wie verteilen sich diese Bewerbungen auf die unterschiedlichen Fachbereiche der Stadtverwaltung?  
(Bitte nach Anzahl der Bewerbungen pro Fachbereich aufschlüsseln.)**

Die Daten können aktuell bis zum 31.12.2024 vorgelegt werden. Eine Auswertung nach Fachbereichen ist nicht, jedoch ist ein Jahresvergleich möglich, wodurch der Kampagnenerfolg besser eingeordnet werden kann. Siehe nachfolgende Tabelle (die unterstrichenen Werte können direkt auf die Kampagne zurückgeführt werden):

Wie sind die Bewerber auf uns aufmerksam geworden?	2023	2024
<u>Internetauftritt (erfurt.de / erfurt-klingt-gut.de)</u>	<u>433</u>	<u>2.479</u>
Stellenportale (stepstone etc.)	4	550
Bundesagentur für Arbeit	79	665
Empfehlung	99	733
<u>Messen</u>	<u>-</u>	<u>33</u>
<u>Plakate</u>	<u>-</u>	<u>22</u>
<u>Social Media (instagram, facebook)</u>	<u>-</u>	<u>82</u>
Amtsblatt	2	20
Sonstiges	152	651

Die Bewerberlage konnte sich durch den Kampagnenstart in 2024 insgesamt bereits verbessern, wie die nachfolgende Grafik zeigt:



2. **Wie hoch waren die Ausgaben im Rahmen des Kampagnenbudgets konkret für Online-Marketing (z. B. digitale Anzeigen, Social Media) und wie viel für Offline-Werbung (z. B. Plakate, Flyer, Veranstaltungen etc.)?**

Online-Budget: 25.289 EUR

Offline-Budget: 40.937 EUR

3. **Vor welchem Hintergrund wurde auf eine zielgruppengerechte Ansprache für bestimmte Berufsfelder in der Stadtverwaltung verzichtet?**

Hierauf wurde lediglich im Rahmen des Kampagnenstarts verzichtet, um zunächst die neue Arbeitgebermarke bekannt zu machen.

Über die Social Media Posts folgte nach dem Kampagnenstart die Serie „Jobs der Woche“ mit zielgruppengerechter Ansprache.

In 2025 sind weitere zielgruppengerechte Werbeformate geplant.

Mit freundlichen Grüßen

A. Horn