

Datum: 13.10.23

Werbekampagne für den Sozial- und Erziehungsdienst**Sitzungsvorlage Nr. 20-26 / V 11046**

Beschluss des Kinder- und Jugendhilfeausschusses gemeinsam mit dem
Sozialausschuss vom 07.11.2023 (VB)
Öffentliche Sitzung

Stellungnahme des Personal- und Organisationsreferats

An das Sozialreferat

- Vorab per E-Mail -

Das Personal- und Organisationsreferat nimmt von der kurzfristig mit E-Mail vom 27.09.2023 zur Stellungnahme bis 09.10.2023 zugeleiteten Beschlussvorlage Kenntnis und gibt eine Stellungnahme wie folgt ab:

Das Personal- und Organisationsreferat erhebt grundsätzlich keine Einwände gegen die vorliegende Beschlussvorlage.

Die dargestellten Stellenausweitungen entsprechen den in der Sitzungsvorlage Nr. 20-26 / V 09452 „Haushaltsplan 2024, Eckdatenbeschluss“ (vgl. Anlage 3, SOZ-N002) abgestimmten und anerkannten Bedarfen.

Die Finanzierung erfolgt im Haushaltsjahr 2024 aus dem Referatsbudget. Ab dem Haushaltsjahr 2025 ff. erfolgt die Finanzierung der anerkannten bzw. nachrichtlich anerkannten personellen Ressourcen nur unter Berücksichtigung der aktuellen Haushaltslage (vgl. Nr. 20-26 / V 09452, Antragsziffer 2).

Das Personal- und Organisationsreferat weist darauf hin, dass gemäß den Infoblättern zum Eckdatenbeschlussverfahren und den Chef*innengesprächen lediglich 1,0 VZÄ anstelle der nun beantragten 2,0 VZÄ angemeldet wurden.

Die Situation der Stellenbesetzung im Sozial- und Erziehungsdienst wird maßgeblich dadurch beeinflusst, dass es eine deutlich Mehrung an Stellen in diesen Bereichen gab. Über die vergangenen 10 Jahre entspricht dies alleine im Sozialdienst einem Anstieg der Stellen um 38,9 Prozent (1.099 in 2012 zu 1.526 in 2022). Gleichzeitig haben diese Bereiche mit einer zunehmend hohen Fluktuation zu kämpfen. 2022 lag die Fluktuationsquote im Sozial- und Erziehungsdienst des SOZ bei 9,8 Prozent, davon 4,8 Prozent auf eigenen Wunsch.

Unter Beteiligung des POR konnten in den vergangenen fünf Jahren 402 Personen (nicht VZÄ) über Ausschreibungsverfahren und 498 Personen (nicht VZÄ) über Direktbesetzungen im Sozialdienst des SOZ eingestellt werden. Der Arbeitsmarkt für ausgebildete Fachkräfte im Sozial- und Erziehungsdienst ist allerdings sehr angespannt. Die weiter steigenden Bedarfe an Fachpersonal betreffen nicht nur die Stadt München. Wir konkurrieren hier in hohem Maße mit den freien Trägern. Daher begrüßen wir die Pläne des SOZ, verstärkt in die Werbung neuer Fachkräfte einzusteigen. Insbesondere im Ausbau des dualen Studienganges Soziale Arbeit

(B.A.) sehen wir aufgrund der bisherigen Bewerbungszahlen großes Potential. Flankierend muss der Fokus auf die Bindung bestehender Mitarbeiter*innen, insbesondere durch ansprechende Arbeitsbedingungen, gelegt werden. Andernfalls werden etwaige Erfolge der Personalgewinnung konterkariert.

Das POR hat bereits im März seine Unterstützung zugesichert und zurückgemeldet, dass bei Entwicklung einer Kampagne stets eine enge Abstimmung mit dem KC Personalmarketing erfolgen muss, insbesondere, um die Einhaltung von Fragen der CI, der Arbeitgeberin-Marke und stadtweit gültiger Standards zu sichern. Hinsichtlich der Stellenanmeldung halten wir die Ansiedlung der Stellen im Sozialreferat nicht für zielführend. AG-Marketing hat zentral zu erfolgen.

Im Zeitraum März-Oktober hat das POR bereits eine Reihe an Marketingmaßnahmen für das Sozialreferat umgesetzt:

- Platzierung vorausgegangener Sammelausschreibungen auf einem LinkedIn-Spot der LHM. Zwei weitere Posts zur Bewerbung auf LinkedIn (über 4000 bzw. über 3000 Impressions); darüber hinaus gehende Posts wurden angeboten, Rückmeldung dazu steht noch aus (Social-Media-Präsenz ist aus Marketingsicht sehr zu empfehlen)
- Aufnahme der Sammelausschreibung in den regsam-Verteiler
- Einrichtung einer eigenen Kachel auf unserem Karriereportal (www.muenchen.de/leben/job), dadurch wesentlich gesteigerte Auffindbarkeit und Sichtbarkeit bei Google-Suchen
- Veröffentlichung „Job des Monats“-Interview auf whatchado
- Teilnahme einer Kollegin (Sozialpädagogin) aus dem Sozialreferat am Corporate Influencer-Programm
- Erstellung eines Imagefilms für den Heimbereich durch KC KOM, der zu Werbezwecken genutzt wird; Publikation durch KC Personalmarketing
- Umfangreiche Printveröffentlichungen in der Region speziell für das Marie-Mattfeld-Haus in Oberammergau, darüber hinaus auch digitale Vermarktung über localjobs
- Buchung eines Standes auf der Consozial, der größten Fachmesse mit Kongress für die Sozialwirtschaft im deutschsprachigen Raum
- Starten einer größer angelegten, auch zeitlich längeren Marketingkampagne für Soziale Arbeit/Soziale Berufe
- Vorbereitung einer Kampagne über die Königsteiner Agentur zur aktuellen Sammelausschreibung

Bei allen bereits entwickelten und auch bei künftigen Maßnahmen sind wir stets im engen Austausch mit dem Sozialreferat.

Im Nachgang zum Ausplanungsbeschluss neoHR wird derzeit im Rahmen der Arbeitsgruppentätigkeit unter anderem auch ein Entscheidungsvorschlag vorbereitet, ob und welche Marketingaktivitäten zentral im POR bzw. dezentral in den Referaten zu verorten sein sollen. Unter Abwägung und Einschätzung der vorhandenen Ressourcen sowie der zusätzlich

anfallenden Tätigkeiten und Aufgaben sehen wir die Notwendigkeit der beantragten VZÄ zur Entwicklung der Kampagne. Die dauerhafte Verortung der VZÄ wird jedoch von der grundsätzlichen Entscheidung „dezentrale – zentrale Aufgaben“ abhängig gemacht werden.

Wir bitten die Stellungnahme der Beschlussvorlage beizufügen.

Die Stadtkämmerei und das Direktorium erhalten einen Abdruck der Stellungnahme.

Andreas Mickisch
Berufsmäßiger Stadtrat

