

Dr.ⁱⁿ Alma Zadić, LL.M.
Bundesministerin für Justiz

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2021-0.265.017

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)6274/J-NR/2021

Wien, am 9. Juni 2021

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Mag. Philipp Schrangl, Kolleginnen und Kollegen haben am 9. April 2021 unter der Nr. **6274/J-NR/2021** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „den Aufbau der eigenen Arbeitgebermarke „Justiz““ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Zur Frage 1:

- *Inwiefern haben sich die Wünsche und Vorstellungen der Arbeitssuchenden im Bereich der Justiz verändert?*

Tendenziell haben sich die Anforderungen am Arbeitsmarkt, vor allem aber auch die Wünsche und Vorstellungen der Arbeitssuchenden verändert. So zeichnen sich beispielsweise die jüngeren Generationen durch eine höhere Bereitschaft aus, den Arbeitsplatz zu wechseln. Es gibt eine höhere Arbeitsplatzflexibilität und ein verstärktes Gewicht auf der Work-Live-Balance. Dabei zeigt sich, dass das Grundprinzip, wonach man in einem einmal erlernten Beruf oder bei demselben Arbeitgeber für den Rest seines Arbeitslebens bleibt, Geschichte ist. Das führt zu einem gewandelten Mobilitätsverständnis in Bezug auf den Arbeitsplatz: Die inhaltliche Mobilität ist gestiegen, die örtliche Mobilität hingegen gesunken.

Zudem lässt sich generell festhalten, dass sich die Situation auf dem Arbeitsmarkt infolge der demographischen Entwicklung gewandelt hat. Im Justizressort zeigt sich diese demographische Entwicklung deutlich. So besteht in den nächsten Jahren aufgrund von bevorstehenden Ruhestandsversetzungen und Pensionierungen ein erhöhter Bedarf, neue Bedienstete zu rekrutieren. In den nächsten fünf Jahren sind insgesamt rund 2.190 Pensionierungen zu erwarten, das entspricht einem Anteil von rund 18% des Aktivstandes. In einigen Bereichen sind die erwarteten Pensionsabgänge sogar wesentlich höher. So werden voraussichtlich in den nächsten fünf Jahren 22% der Gerichtsvollzieher*innen, 26% der Bezirksanwältinnen und Bezirksanwälte sowie 27% der Grundbuchsrechtspfleger*innen pensioniert werden.

Mein Haus hat diese veränderten Bedingungen zum Anlass genommen, um das Projekt „Personaloffensive“ zu starten. Ziel dieses Projekts ist es, zum einen rasch Mitarbeiter*innen bei den Gerichten und Staatsanwaltschaften, insbesondere im Bereich des Fachdienstes, zu rekrutieren, und zum anderen langfristige Maßnahmen zur Personalrekrutierung und zur Bindung des bestehenden Personals zu ergreifen, um eine Besetzung aller freien Planstellen und damit ein Funktionieren der Justiz (auf Dauer) sicherzustellen. Zur Erreichung dieser Ziele wurden folgende drei Maßnahmen ergriffen:

1. Rekrutierungsoffensive im Frühsommer 2020

Um kurzfristig die freien Planstellen der Gerichte und Staatsanwaltschaften im Bereich des Fachdienstes nachzubeseetzen, haben die zuständigen Fachabteilungen in enger Zusammenarbeit mit einem Recruiting-Experten zahlreiche Sofortmaßnahmen realisiert. So wurden spezifische Jobplattformen evaluiert und für die Bereiche Back Office/Verwaltung in der Justiz, Bezirksanwältin und Bezirksanwalt sowie Diplomrechtspfleger*in Stelleninserate textlich und grafisch ausgearbeitet. Diese Stelleninserate wurden von Mitte Juni 2020 bis August 2020 in verschiedenen online-Medien (karriere.at, derstandard.at, willhaben.at und stepstone.at) geschaltet. Aufgrund dieser Sofortmaßnahmen ist es gelungen, den Unterstand im Bereich der Beamtinnen, Beamten und Vertragsbediensteten der Gerichte und Staatsanwaltschaften von fast -180 VBÄ im August 2020 bis Ende 2020 auf weniger als -40 VBÄ reduziert werden, wobei ein gewisser Unterstand aufgrund laufender Personalfluktuaton unvermeidlich ist. Ungeachtet dessen sind wir weiterhin bemüht, möglichst alle Planstellen im Justizressort zu besetzen.

2. Aufbau einer modernen Karriereplattform für die Justiz

Derzeit wird zudem am Aufbau einem modernen Karriereportal gearbeitet. Auf dieser modern gestalteten Plattform werden sich Interessierte gleich zu Beginn der Seite mittels Slider durch die Berufsbilder der Justiz klicken können. Jedes solcherart angesteuerte Porträtfoto führt die oder den Benutzer*in zu dem jeweiligen Berufsbild, auf welchem sie*er die*den Vertreter*in der jeweiligen Berufsgruppe in einer typischen Arbeitssituation wiederfindet. Zudem werden in kurzer prägnanter und vor allem einfach verständlicher Form der Tätigkeitsbereich, das Anforderungsprofil und die Perspektiven in diesem Beruf beschrieben. Außerdem gelangt man bei jedem Berufsbild über einen Link zu den aktuell offenen Stellenausschreibungen.

Für junge Menschen wird in einem eigenen Bereich „Berufsspezifische Vorausbildung“ dargestellt werden, welche Möglichkeiten es für sie gibt, erste Einblicke in die Arbeit der Justiz zu bekommen. Damit können junge Arbeitssuchende bereits frühzeitig auf Berufsmöglichkeiten innerhalb der Justiz aufmerksam gemacht werden. Zudem nimmt die neu gestaltete Karriereplattform darauf Bedacht, dass junge Bedienstete in zunehmendem Maße berufliche Veränderung und Weiterentwicklung wünschen, welche jedoch nicht zwingend mit einem Wechsel des Arbeitgebers einhergehen muss. Vor diesem Hintergrund stellt der Bereich „Karrierepfade“ anschaulich je nach beruflicher Vorbildung und Ausbildungsstand die in Betracht kommenden Berufe in der Justiz dar und macht so auf Karrieremöglichkeiten innerhalb der Justiz aufmerksam.

Die Plattform in der soeben beschriebenen Ausbaustufe wurde bereits planmäßig von den Dienstbehörden getestet und mit diesen abgestimmt. Die Rückmeldungen waren durchwegs positiv. Nachdem sich das Portal in seiner grundsätzlichen Ausgestaltung in einem ersten Testlauf bewährt hat, wird nunmehr noch zeitnah, d.h. jedenfalls bis Ende des dritten Quartals 2021, ein modernes Bewerbungsmanagement implementiert werden, bevor die Karriereplattform online gehen kann.

3. Etablierung einer Arbeitgebermarke „Justiz“

Dazu nehme ich anlässlich der nachfolgenden Fragen Stellung.

Zur Frage 2:

- *In welchem Zeitraum soll die Arbeitgebermarke „Justiz“ erarbeitet werden?*

Wesentlich für den Erfolg dieses Projekts ist es, dass bei der Entwicklung der Arbeitgebermarke „Justiz“ im Sinne eines Bottom-up-Prozesses alle relevanten Stakeholder*innen – Dienstbehörden, Personal- und Standesvertreter*innen, vor allem aber auch die Bediensteten – mitwirken. Diese Mitwirkung ist insbesondere in Form von Workshops und Informationsveranstaltungen vorgesehen. Bislang fand am 14. Juli 2020 gemeinsam mit einer externen Expertin für Employer-Branding ein Workshop mit Vertreterinnen und Vertretern aller Dienstbehörden statt. Dabei wurden bereits grundlegende Fragen, wie „Was bieten wir als Arbeitgeber*in“ gemeinsam mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern besprochen. Wichtig war vor allem die Klarstellung, dass alle Dienstbehörden unisono die Erarbeitung einer Arbeitgebermarke Justiz für unabdingbar erachten und folglich das Projekt explizit unterstützen.

Aufgrund der SARS-CoV-2-Pandemie fand eine ursprünglich für den Herbst 2020 geplante Informationsveranstaltung für alle Personal- und Standesvertretungen erst am 2. März 2021 statt. Im Rahmen dieser Veranstaltung wurde das Projekt vorgestellt und den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Gelegenheit gegeben, Fragen zu stellen, rote Linien und No-Gos offenzulegen sowie Wünsche, Erwartungen und auch neue Ideen zu deponieren. Erfreulicherweise wird das Projekt von allen Personal- und Standesvertretern begrüßt. Alle haben ihre Unterstützung zugesichert und konnten somit als wichtige Kooperationspartner*innen gewonnen werden.

Als nächster Schritt ist nunmehr geplant, die Bediensteten aller Alters- und Bedienstetengruppen in das Projekt miteinzubinden und mit diesen gemeinsam eine Arbeitgebermarke „Justiz“ zu erarbeiten. Eine wesentliche Rolle kommt dabei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Generation Z (ab ca. *1994) zu, zumal es sich bei diesen um die wichtigste Zielgruppe für die Rekrutierung und Mitarbeiter*innen-Bindung handelt. Aus diesem Grund sind zunächst drei bis vier Workshops mit jungen Bediensteten sowie in Ausbildung stehenden Personen aus allen Justizbereichen geplant, in denen erarbeitet werden soll, wie sie die Justiz als Arbeitgeberin wahrnehmen und wie die Organisation in Zukunft aufgestellt werden muss, um sich als attraktive Arbeitgeberin zu positionieren. Selbstverständlich sollen dann auch weitere Workshops mit Vertreterinnen und Vertretern aller Bediensteten- und Altersgruppen stattfinden.

Da diese Workshops sinnvoller Weise nur in Präsenzveranstaltungen abgehalten werden können, ist aufgrund der derzeitigen Sars-CoV-2-Pandemie sehr schwer abschätzbar, wann das Projekt abgeschlossen sein kann. Grundsätzlich ist geplant, die Workshops im Jahr 2021 abzuhalten. Zu beachten ist dabei freilich, dass es sich beim Employer-Branding – soll dieses nachhaltige und tragbare Lösungen hervorbringen – stets um längerfristige Prozesse

handelt, im Rahmen derer nicht nur eine einheitliche, von allen Bedienstetengruppen mitgetragene Arbeitgebermarke implementiert, sondern auch ganz konkrete Umsetzungs- und Schulungsmaßnahmen erarbeitet werden, um diese Arbeitgebermarke mit Leben zu erfüllen.

Zu den Fragen 3 bis 6 und 12:

- 3. Welche Kosten werden für die Erarbeitung der Arbeitgebermarke „Justiz“ kalkuliert?
- 4. Werden zur Erarbeitung der Arbeitgebermarke „Justiz“ externe Dienstleister herangezogen?
- 5. Wenn „Ja“, welche und wie hoch sind die dafür anfallenden Kosten?
- 6. Wenn „Nein“, wer soll sodann die Grundlagen für die Arbeitgebermarke „Justiz“ schaffen?
- 12. Wie hoch sind die dafür aufzuwendenden Kosten?

Die Arbeitgebermarke „Justiz“ wird von den zuständigen Fachabteilungen meines Hauses gemeinsam mit den Dienstbehörden, den Personal- und Standesvertreterinnen und -Vertretern sowie interessierten Bediensteten erarbeitet. An externen Dienstleistern wurde bislang lediglich eine Expertin beigezogen, die das Modell des Employer-Brandings vorgestellt, einen ersten Workshop mit den Dienstbehörden moderiert sowie diesen vor- und nachbereitet hat. Dafür sind Kosten in Höhe von 3.577,44 Euro angefallen. Das weitere Projekt betreut federführend die unter anderem für Organisationsentwicklung zuständige Fachabteilung. Lediglich für die Moderation der Workshops wird auf externe Unterstützung zurückzugreifen. Für die Informationsveranstaltung mit den Personal- und Standesvertreter sind 1.251,30 Euro an Moderationskosten angefallen. Geplant ist, auch die weiteren Workshops mit den Bediensteten gemeinsam mit einem Moderator oder einem Moderatorenduo durchzuführen. Die Beiziehung weiterer externen Dienstleister ist aus jetziger Sicht nicht vorgesehen.

Insgesamt sind für das Projekt „Personaloffensive“ bislang rund 31.050 Euro angefallen. Neben den bereits erwähnten Kosten für die Arbeitgebermarke „Justiz“ wurden für die Rekrutierungsoffensive im Frühsommer 2020 6.131,40 Euro für Inserate und 7.150 Euro für die Beiziehung eines Rekrutierungsexperten aufgewandt. Die Karriereplattform wird von den zuständigen Fachabteilungen meines Hauses erstellt, sodass auch in diesem Bereich geringe externe Kosten angefallen sind. Für einen beigezogenen Fotografen des Bundespressedienstes wurden 440 Euro aufgewendet. Zudem sind bis jetzt Technikkosten in Höhe von rund 12.500 Euro angefallen.

Zu den Fragen 7 bis 10 und 13:

- 7. *Ab wann möchte man mit der Arbeitgebermarke „Justiz“ potentieller Arbeitnehmer erreichen?*
- 8. *Welche konkreten Ziele möchte man mit der Arbeitgebermarke „Justiz“ erreichen?*
- 9. *Welche konkreten Maßnahmen soll die Arbeitgebermarke „Justiz“ zur Attraktivierung von offenen Stellen enthalten?*
- 10. *Wie möchte man potentielle Arbeitnehmer erreichen?*
- 13. *Welche nachhaltigen Ziele erhofft man sich?*

Die Etablierung einer Arbeitgebermarke „Justiz“ soll einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, dass in der Justiz trotz der zu erwartenden demographischen Entwicklung die freien Planstellen schneller und effektiver nachbesetzt werden können und überdies die Bewerberpassgenauigkeit gesteigert wird. Dies bedeutet, dass sich im Idealfall genau jene Personen bewerben, die gesucht werden. Eine authentische und gut implementierte Arbeitgebermarke „Justiz“ soll zudem dazu führen, dass die Mitarbeiterbindung nachhaltig erhöht wird, indem durch geeignete Maßnahmen insbesondere die Mitarbeitermotivation gesteigert wird. In weiterer Folge gehe ich davon aus, dass es insgesamt zu einer niedrigeren Fluktuation und damit zur Senkung von Einarbeitungskosten kommen wird. Schließlich sollen die im Rahmen dieses Projekts getroffenen Maßnahmen die Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter*innen steigern und damit zu einer Erhöhung der Arbeitsleistung beitragen.

Ein wichtiger Aspekt der Arbeitgebermarke „Justiz“ ist die Vermittlung eines Grundverständnisses über und von Grundprinzipien der Justiz, mit dem bzw. denen sich alle Bedienstetengruppen der Justiz identifizieren können, wobei es natürlich Raum für die unterschiedlichen Anforderungen geben darf und geben soll und auch Spezifikationen für einzelne Justizberufe verankert werden können. Durch die Etablierung einer Arbeitgebermarke „Justiz“ soll erreicht werden, dass sich die Justiz sowohl „nach außen“ am Arbeitsmarkt als auch „nach innen“ gegenüber den eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als attraktive Arbeitgeberin positionieren kann.

Die Herausarbeitung, zielorientierte und strategische Planung sowie nachhaltige Implementierung der Arbeitgebermarke „Justiz“ stellt einen längerfristigen Prozess dar, bei dem es aber möglich sein soll und sein wird, einzelne Maßnahmen schrittweise und laufend umzusetzen. Ich gehe daher davon aus, dass bereits vor Beendigung dieses Projekts positive Effekte eintreten werden, zumal bereits die ersten beiden Workshops wichtige Inputs geliefert haben, die in den nunmehr anstehenden Workshops verdichtet werden sollen.

Zur Frage 11:

- *Welche relevanten Stakeholder werden hinsichtlich des fortzusetzenden Employer Branding-Prozesses eingebunden?*

Damit die Arbeitgebermarke in Zukunft auch tatsächlich in der Praxis gelebt wird, ist es essentiell, die Arbeitgebermarke „Justiz“ mit den Bediensteten gemeinsam zu entwickeln. Ich lege deshalb besonderen Wert darauf, dass alle relevanten Stakeholder*innen eingebunden werden, damit die entwickelte Arbeitgebermarke „Justiz“ von allen Bediensteten mitgetragen wird. Wie ich bereits ausgeführt habe, zählen zu den relevanten Stakeholderinnen und Stakeholdern alle Dienstbehörden, Personal- und Standesvertreter*innen, vor allem aber auch die Bediensteten aus allen Altersklassen und aus allen Berufsgruppen der Justiz.

Zur Frage 14:

- *Aus welchen Gründen können diese Ziele nur mittelfristig erreicht werden?*

Die nachhaltige Etablierung der Arbeitgebermarke „Justiz“, welche sowohl auf die Mitarbeitergewinnung als auch auf eine langfristige Bindung abzielt, setzt voraus, dass die Arbeitgebermarke authentisch und glaubwürdig von innen herausgearbeitet wird, bevor sie zielorientiert und strategisch geplant, implementiert und evaluiert wird. Dieser Prozess wird insbesondere aufgrund der sehr wichtigen Einbindung aller relevanten Stakeholder*innen länger dauern, zumal es ein wesentliches Ziel dieses Vorhabens darstellt, Maßnahmenbündel für die unterschiedlichen Justizbereiche herauszuarbeiten, weshalb die angestrebten Ziele nur mittelfristig, dafür aber nachhaltig erreicht werden können.

Dr.ⁱⁿ Alma Zadić, LL.M.

