

Afdeling: Bedrijfsvoering
Behandelaar: Matser, Liset
Telefoonnummer: **0342-495334**

Voorstelnr. <Neem dossiernr over uit Ibabs>
Barneveld,
Portefeuillehouder: A.H. van de Burgwal

☐ Ter kennisname naar de raad
Nummer beleidsproduct:

☐ Op overzicht Bestaand beleid (website)

Onderwerp: **Benodigd budget werving en selectie**

Gevraagde beslissing:

1. In te stemmen met een eenmalige budgetverhoging van € 85.000,- voor de werving en selectie;
2. De kosten te dekken uit de incidentele begrotingsruimte.
3. Dit bedrag door de raad te laten autoriseren via de maandrapportage.

1. Inleiding

De arbeidsmarkt blijft krap. Eind september 2019 bereikte het aantal openstaande vacatures, gecorrigeerd voor seizoenseffecten, een recordstand van 288.000. Al zes jaar lang stijgt het aantal vacatures elk kwartaal. In het derde kwartaal van 2019 waren 319.000 mensen werkloos, 3,4% van de beroepsbevolking. Naar verwachting neemt de werkloosheid toe naar 3,5% in 2020, maar ook dat is historisch gezien laag. Door de lage werkloosheid en de toename van vacatures is de spanning op de arbeidsmarkt nog altijd hoog: gemiddeld 90 vacatures per 100 werklozen. Door de huidige coronacrisis zijn deze werkloosheidcijfers onverwachts aan het veranderen, maar op dit moment zien we dat deze werkloosheid met name ontstaat in andere sectoren als horeca, cultuur, uitzendbranche en transport. (UWV, 2020) Wel merken we momenteel dat vacatures worden uitgesteld en/of langer worden opengesteld. Als risico zien we dat kandidaten door de crisis niet van baan durven te veranderen. Deze ontwikkelingen op de arbeidsmarkt vragen om specifieke aandacht om nieuwe talenten aan te trekken, te behouden en om het beste uit je mensen te halen. Waar voorheen vooral de kandidaat zijn best moest doen om een recruiter of HRM'er te overtuigen, zijn de rollen inmiddels al enige tijd omgedraaid. Toptalent is zich bewust van hun positie op de arbeidsmarkt. Om toptalent te verleiden en succesvol te werven is een goede indruk noodzakelijk (Publiek Perspectief, 2019).

De krapte en gespannen arbeidsmarkt is ook voelbaar voor de gemeente Barneveld en heeft daarom een andere aanpak voor het werven en binnenhalen van de juiste kandidaten. Een van onze HR-speerpunten is dat we ons presenteren als een aantrekkelijke werkgever. Om het werkgeversmerk (Employer Branding) verder te versterken, zijn we bezig met onze arbeidsmarktcommunicatie met als doel om een sterke aantrekkingskracht te krijgen en te behouden voor huidige en toekomstige werknemers, zodat ze graag bij ons willen werken.

Waar we eerder voldoende kandidaten binnen kregen via de reguliere wervingskanalen, is dit voor vakspecialistische vacatures niet meer voldoende. Hiervoor is het noodzakelijk om de huidige wervingskanalen uit te breiden en/of om campagnes via specialistische organisaties uit te zetten. Mocht dit onvoldoende blijken en er geen budget zijn binnen de "lege stoel", dan moet er geworven worden via een externe organisatie waarbij we de kandidaat werven via een werving en selectie fee.

2. Beoogd effect

2.1 Meetbaar effect

- Het binden en behouden van gekwalificeerd personeel.

2.2 Maatschappelijk effect

- De samenleving verwacht dat wij snel en slim inspelen op de veranderende maatschappij. Dat is alleen mogelijk met voldoende en gekwalificeerd personeel.

3. Argumenten

3.1 Extra inzet werving personeel

Vanuit de programmabegroting 2020 is er extra aandacht voor extra inzet voor de werving van personeel. De arbeidsmarkt kent op veel terreinen momenteel een grotere vraag dan dat er aanbod is. Dit is onder andere terug te zien het zeer lage landelijke werkloosheidspercentage 3,5%. Binnen de

organisatie merken we dat het aantal sollicitanten afneemt. Waar we begin 2019 nog 33 kandidaten hadden op een vacature, is dit voor dezelfde vacature begin 2020 teruggelopen naar 12 kandidaten. Daarnaast zijn in 2019 in totaal 14 functies niet binnen afzienbare tijd ingevuld en/of was er ondersteuning vanuit een externe partij nodig. Dit betekent dat er extra inzet nodig is om vacatures in te kunnen vullen en dit vraagt naast de personele inzet ook uitbreiding van de wervingsmiddelen en -activiteiten.

3.2 Arbeidsmarktcommunicatie

Employer branding is een doorlopend en lang proces en in tijden van arbeidsmarktkrapte extra belangrijk. Om het werkgeversmerk van de gemeente Barneveld te versterken, zijn we met een externe partij bezig een betere arbeidsmarktcommunicatie te krijgen om een sterke aantrekkingskracht te krijgen en te behouden voor huidige en toekomstige werknemers.

3.3 Groei gemeente Barneveld

De verwachting is dat de gemeente de komende jaren groeit van 58.000 naar 70.000 inwoners. Door de groei van de gemeente is er ook behoefte aan uitbreiding van voldoende gekwalificeerd personeel. De groei van de organisatie zien we ook terug in de instroom- en uitstroomcijfers. Waar we in 2017 te maken hadden met een instroom van 17 medewerkers en uitstroom van 15 medewerkers, is dit in 2019 gestegen naar een instroom van 60 medewerkers en een uitstroom van 49 medewerkers. De verwachting is dat deze groei de komende jaren zal doorzetten.

4. Kanttekeningen

4.1 Hoge werkdruk

Door de arbeidsmarktkrapte komen er minder sollicitaties binnen en wordt het moeilijker om vacatures in te vullen. Wanneer vacatures niet en/of laat worden ingevuld, zal de werkdruk bij de directe collega's toenemen. Een hoge werkdruk is negatief voor de dienstverlening van de organisatie en zorgt voor een grotere uitdaging om het huidige personeel te behouden.

4.2 Vernieuwing en innovatie

We hebben te maken met een veranderende maatschappij en dit vraagt om een wendbare organisatie en wendbare medewerkers. Functies veranderen en dit vraagt soms om een andere inzetbaarheid van medewerkers en/of behoefte aan vernieuwing van specialisten.

4.3 Inhuur

Indien er capaciteitsproblemen ontstaan door onvoldoende gekwalificeerd personeel, kan het noodzakelijk zijn dat een vaste formatieplaats tijdelijk ingevuld wordt met de inhuur van een externe medewerker. Deze inhuur brengt aanzienlijk hogere kosten met zich mee en dient te voldoen aan de geldende aanbestedingsrichtlijnen. Een succesvolle vaste bezetting van formatieplaatsen bespaart de gemeente kortom inhuurkosten.

5. Financiën

De schatting van de werkelijke kosten 2020 is gebaseerd op de gemiddelde kosten van 2018 & 2019 per onderdeel, schatting van de komende behoeften en offerteopvraag. Het huidige budget is niet toereikend om de kosten van de werving en selectie te bekostigen, om zo voldoende gekwalificeerd personeel aan te kunnen trekken binnen de huidige arbeidsmarkt. Gevraagd wordt een eenmalige budgetaanpassing naar € 135.000,-, zodat we dit jaar genoeg middelen hebben om het proces werving & selectie goed te kunnen laten verlopen. Deze eenmalige budgetaanpassing is echter alleen mogelijk door de inzet van € 85.000,- uit de incidentele begrotingsruimte. Eind 2020 zal er een evaluatie plaatsvinden voor een mogelijke structurele budgetverhoging.

Begroting 2020	Begroot	Geplande kosten	Schatting werkelijke kosten	Schatting restant
Arbeidsmarktcommunicatie	€ -		€ 16.000,00	€ -16.000,00
Assessment	€ 15.000,00		€ 15.285,83	€ -285,83
Campagne	€ 10.000,00		€ 23.325,60	€ -13.325,60
Vacatureplaatsing	€ 25.000,00	€ 11.336,74	€ 21.920,52	€ -8.257,26
Werving & Selectie	€ -		€ 46.328,89	€ -46.328,89
Totaal	€ 50.000,00	€ 11.336,74	€ 122.860,84	€ -84.197,58

6. Uitvoering

Planning:

Communicatie:

Evaluatie/controle

7. Bijlagen