

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Oliver Luksic, Frank Sitta,
Bernd Reuther, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP
– Drucksache 19/26460 –**

Werbekosten der Autobahn GmbH

Vorbemerkung der Fragesteller

Die Bundesregierung hat sich im Rahmen einer Reform der Bundesfernstraßenverwaltung zur Gründung einer bundeseigenen GmbH, der Autobahn GmbH, entschieden. Diese ist seit dem 1. Januar 2021 für die Planung, den Bau, Betrieb, die Erhaltung, Finanzierung und vermögensmäßige Verwaltung der Autobahnen und Fernstraßen in Deutschland verantwortlich. Seit diesem Zeitpunkt werden die Bundesautobahnen nicht mehr in Auftragsverwaltung durch die Länder, sondern in Bundesverwaltung geführt. Mit tausenden Kilometern Autobahn und einer großen Anzahl Mitarbeitern ist die Gesellschaft damit eine der größten Infrastrukturbetreiberinnen in Deutschland sein. Hoheitliche Aufgaben, die weder dem Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur obliegen noch der Autobahn GmbH durch Beleihung zugewiesen werden, werden wiederum überwiegend durch das Fernstraßen-Bundesamt ausgeübt.

Aufgrund verschiedener Gründe ist der Personalaufwuchs der Autobahn GmbH zum Zeitpunkt der Anfrage noch nicht abgeschlossen. Vielmehr ist die Autobahn GmbH weiterhin mit verschiedenen Mitteln darum bemüht, weitere Mitarbeiter zu gewinnen (<https://autobahn.recruitee.com/>). Auch den Bundesländern ist die Problematik des fehlenden Personals bekannt. So stellte die Verkehrsministerkonferenz der Länder in ihrem Beschluss vom 14. und 15. Oktober 2020 fest, dass die Autobahn GmbH voraussichtlich nicht zum 1. Januar 2021 voll funktionsfähig sein würde.

1. Über welche Kanäle wirbt bzw. warb die Autobahn GmbH nach Kenntnis der Bundesregierung für die Beschäftigung bei der Autobahn GmbH?
 - a) In welchen Printmedien wird bzw. wurde diesbezüglich geworben?
 - b) Wo wird bzw. wurde online diesbezüglich geworben?
 - c) Wird bzw. wurde über TV-Werbespots geworben?
 - d) Wie wird bzw. wurde im öffentlichen Raum geworben?
 - e) Wie wird bzw. wurde in staatlichen Behörden geworben?

2. An welche Zielgruppen richtet sich die Werbung über die in Frage 1 erfragten Werbekanäle jeweils (bitte aufschlüsseln)?

Die Fragen 1 bis 2 werden aufgrund ihres Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Die Autobahn GmbH des Bundes hat parallel zum Unternehmensaufbau im Rahmen des Personalaufbaus zum Betriebsstart am 1. Januar 2021 die Personalstrukturen aus 16 Ländern aus den jeweiligen Landesstraßenbaubetrieben und den Landesverwaltungen integriert. Nach Auskunft der Autobahn GmbH des Bundes wurden, orientiert am quantitativen sowie fachlichen Bedarf an weiterem Personal, jeweils durch die Niederlassungen und die Zentrale gezielte Werbemaßnahmen ergriffen.

Die Maßnahmen dienen:

- der Erhöhung der Aufmerksamkeit für potentielle Bewerber,
- der gezielten Erhöhung der Aufmerksamkeit von Bewerbern der Fachberufe, insbesondere in Berufsgruppen des europaweiten Fachkräftemangels,
- der gezielten Steigerung der Aufmerksamkeit zur Gewinnung von Auszubildenden und Stipendiaten,
- der gezielten Gewinnung von berufserfahrenen Spezialisten.

Die Auswahl der Personalmarketingmaßnahmen erfolgt nach den gesuchten Berufsbildern des Unternehmens, insbesondere Bauingenieure, IT-Spezialisten und Fachjuristen. Alle Personal-werbemaßnahmen wurden und werden zwischen den Niederlassungen und der Zentrale inhaltlich abgestimmt.

Das Personalmarketing fand und findet sowohl analog als auch digital statt, um eine möglichst hohe Resonanz im Bewerbermarkt zu erzielen. Eine Veröffentlichung von Anzeigen erfolgte in Fachzeitschriften, Fachverzeichnissen sowie überregionalen/regionalen/lokalen Zeitungen, oft zusammen mit einer digitalen Annonce oder weiterer digitaler Präsenz auf den jeweiligen Online-Präsentationen des Medienanbieters.

Ferner findet die Werbung für Stellen der Autobahn GmbH des Bundes im Wege des sog. Employer Branding online auf einschlägigen Stellenportalen, z. B. LinkedIn, StepStone u. a. statt. Auf diesen Plattformen werden auch Stellenanzeigen der Autobahn GmbH des Bundes geschaltet.

Im öffentlichen Raum wurde hauptsächlich Verkehrsmittelwerbung nach regionalen Gegebenheiten (Bus, S-Bahn, U-Bahn, Tram) durchgeführt. Des Weiteren fand an einzelnen Standorten Plakatwerbung statt.

Alle Stellen werden zusätzlich zur Karriereseite der Autobahn GmbH des Bundes über die Bundesagentur für Arbeit und öffentliche Portale wie Interamt (bund.de) veröffentlicht. Für den Bereich der Ausbildung finden Kooperationen mit der Bundesagentur für Arbeit sowie Hochschulen statt. Im November 2020 fand in der Zentrale in Zusammenarbeit mit der Bundesagentur für Arbeit ein digitaler Bewerbungstag statt. Außerdem gab es Informationsangebote für Landesbedienstete bezüglich des Personalübergangs zum 1. Januar 2021.

3. Liegen der Bundesregierung oder der Autobahn GmbH Auswertungen oder Schätzungen vor, wie sich die Werbemaßnahmen der Autobahn GmbH für die Gewinnung von Personal diesbezüglich auswirken?

Nach Auskunft der Autobahn GmbH wurden von deren Zentrale und den Niederlassungen der Autobahn GmbH des Bundes die Maßnahmen zum Personalmarketing ab dem dritten Quartal 2020 sukzessive verstärkt. Hierdurch ließen sich im vierten Quartal 2020 die Bewerberzahlen in der Zentrale um ca. 70 Prozent und in den Niederlassungen um ca. 50 Prozent im Vergleich zum Vorquartal steigern. Die Bewerbungseingänge lagen im Dezember 2020 ca. 150 Prozent über jenen des Dezember 2019.

4. Auf welchen Betrag belaufen sich die finanziellen Mittel, die für die Werbung über die in Frage 1 erfragten Werbekanäle jeweils aufgewendet wurden bzw. werden?

Im Jahr 2020 wurden nach Auskunft der Autobahn GmbH des Bundes folgende finanzielle Mittel für die Werbung zur Personalgewinnung verausgabt:

- Printmedien: 69 Tsd. Euro,
- öffentlicher Raum: 1,56 Mio. Euro,
- staatliche Behörden: kein finanzieller Aufwand entstanden.

Motiventwicklung der Agentur und die Anpassung der Motive wurden unter der Kategorie „öffentlicher Raum“ zusammengefasst. Die laufenden Werbemaßnahmen, die bereits 2020 verausgabt wurden, setzen sich teilweise im Jahr 2021 fort.

5. Aus welchem Haushaltstitel stammen die Mittel für die im Rahmen von Frage 1 getätigten Maßnahmen (bitte ggf. aufgeschlüsselt)?

Die Haushaltsmittel für die Werbung zur Personalgewinnung wurden im Jahr 2020 aus dem Kapitel 1201 Titel 682 12 finanziert.

6. Ist seitens der Autobahn GmbH beabsichtigt, künftig durch zusätzliche Werbemaßnahmen für die Beschäftigung bei diesem Unternehmen zu werben?

Wenn ja, auf welche Weise, über welche Kanäle, und welche finanziellen Mittel sind dafür vorgesehen (bitte aufschlüsseln)?

Nach Auskunft der Autobahn GmbH sollen für die künftige Deckung der notwendigen Personalgewinnung der Autobahn GmbH des Bundes, insbesondere für die Gewinnung von hochqualifiziertem Fachpersonal weiterhin Bewerber angesprochen und für das Unternehmen gewonnen werden. Insbesondere sogenannte MINT-Berufe und darüber hinaus durch die Bundesagentur für Arbeit nach Fachkräfteengpassanalyse festgestellten Mangelberufsgruppen stehen hierbei im Fokus der Personalgewinnung der Autobahn GmbH des Bundes. Eine gezielte Anwerbung von qualifiziertem Fachpersonal und Spezialisten in den jeweiligen Berufsgruppen ist auch künftig erforderlich.

Zu den fachkräfteorientierten Werbemaßnahmen werden stellenspezifische digitale Werbemethoden wie digitale Messetage bis hin zur spezifischen direkten Bewerberansprache angewandt. Unter anderem ist die Präsentation des Unternehmens auf Job-, Karriere- und Fachmessen für das Jahr 2021 in Planung. In diesem Zusammenhang sind auch in den Niederlassungen zahlreiche Bewerber-

tage für Studenten, Auszubildende sowie Berufseinsteiger geplant. Diese erfolgen abhängig von den Einschränkungen durch die derzeitige Pandemielage.

Die Finanzplanung für Maßnahmen des Personalmarketings wird in die Budgetplanungen des Unternehmens eingebracht.

7. Wie viele Stellen hat die Autobahn GmbH noch an welchen Standorten und für welche Tätigkeiten zu besetzen (bitte aufschlüsseln)?

Nach Auskunft der Autobahn GmbH wird der Personalbedarf derzeit weiter validiert. Ausschreibungen werden weiter vorbereitet.

8. Welche Auswirkungen hat die fehlende Besetzung dieser Stellen auf die Einsatzfähigkeit der Autobahn GmbH insgesamt sowie auf die besonders betroffenen Standorte oder Tätigkeitsbereiche (bitte aufschlüsseln und erläutern)?

Nach Auskunft der Autobahn GmbH ist ihre Einsatzfähigkeit nicht beeinträchtigt. Der Betriebsstart zum 1. Januar 2021 verlief erfolgreich. Die Aufgaben der Autobahn GmbH – Betrieb, Erhaltung, Planung und Bau – werden in der Fläche mit dem vorhandenen Personal sichergestellt und die Arbeitsfähigkeit an allen Standorten ist gewährleistet.

Die Gewinnung weiterer qualifizierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Besetzung vakanter Stellen stellt für die gesamte Autobahn GmbH eine Schwerpunktaufgabe dar. Diese wird mit großem Einsatz weiter vorangetrieben, um die Leistungsfähigkeit des Unternehmens weiterzuentwickeln. Hierzu wird auf die Internetseite der Autobahn GmbH verwiesen (abrufbar unter: <https://autobahn.recruitee.com/>).