



Fraktion in der
Landschaftsversammlung
Rheinland

Anfrage Nr. 15/144

öffentlich

Datum: 08.08.2025
Anfragesteller: Die Linke.

Ausschuss für Personal und allgemeine Verwaltung	01.09.2025	Kenntnis
Landschaftsausschuss	02.09.2025	Kenntnis
Finanz- und Wirtschaftsausschuss	02.10.2025	Kenntnis

Tagesordnungspunkt:

Werbemaßnahmen des LVR zur Personalgewinnung

Fragen/Begründung:

Vor dem Hintergrund angespannter Haushaltslagen in vielen kommunalen Gebietskörperschaften und dem anhaltenden Fachkräftemangel im öffentlichen Dienst ergibt sich ein Spannungsverhältnis zwischen dem berechtigten Anspruch an eine breit angelegte und effektive Personalgewinnung einerseits und dem Gebot sparsamer und wirtschaftlicher Mittelverwendung andererseits. Gerade der Landschaftsverband, der sich maßgeblich über Umlagen der Mitgliedskörperschaften finanziert, steht hier in besonderer Verantwortung, Transparenz über Umfang, Wirksamkeit und Kosten seiner Maßnahmen zur Personalakquise herzustellen.

Insbesondere Maßnahmen im Bereich der Out-of-Home-Werbung (OoH), etwa Plakatierungen, Verkehrsmittelwerbung oder (digitale) Außenflächen, sind zum Teil finanziell herausfordernd.

Vor diesem Hintergrund bitten wir um die Beantwortung folgender Fragen:

1. Welche konkreten Out-of-Home-Werbemaßnahmen (OoH) zur Personalgewinnung hat der LVR in den Jahren 2023, 2024 und 2025 (bisher) jeweils umgesetzt? Bitte aufgeschlüsselt nach:

- (a) Jahr (2023, 2024, 2025)
- (b) Art der Maßnahme (z. B. Großflächenplakat, Verkehrsmittelwerbung, digitale Screens etc.)
- (c) Zeitraum der jeweiligen Maßnahme
- (d) konkrete Standorte/Städte der Umsetzung
- (e) Kosten der jeweiligen Maßnahme

2. Welche finanziellen Mittel standen bzw. stehen dem LVR in den Haushaltsjahren 2025 und 2026 jeweils für die Maßnahmen der Personalwerbung zur Verfügung?

Bitte getrennt nach klassischen Werbeformen (insbesondere OoH) und digitalen/sonstigen Maßnahme aufführen.

3. Wie viel dieser Mittel unter 2 sind durch bereits bestehende, vertraglich gebundene Vereinbarungen belegt (jeweils für 2025 und 2026)? Welche konkreten Werbemaßnahmen sind von diesen vertraglichen Bindungen betroffen?

4. Welche Erkenntnisse liegen dem LVR zur Wirksamkeit der OoH-Werbemaßnahmen im Hinblick auf Bewerberrückmeldungen vor?

5. Wie viele Bewerberinnen und Bewerber haben in den Jahren 2023, 2024 und 2025 jeweils eine der oben genannten Maßnahmen als konkreten Anlass für ihre Bewerbung angegeben?

Bitte nach Maßnahme, Jahr und Zahl der Rückmeldungen aufschlüsseln.

Wilfried Kossen