

Daten zur Infokampagne zum Thema „Gesetzesänderungen im internationalen Straßentransport“ in der bulgarischen, polnischen und rumänischen Community im Projekt „MB 4.0 – Gute Arbeit in Deutschland“

Stand: 25.04.2022

Das Wichtigste in Kürze:

- Im Rahmen einer kurzen Recherche wurde festgestellt, dass LKW-Fahrerinnen und -Fahrer sowohl in den allgemeinen Facebook-Gruppen als auch in den thematisch eigenen Gruppen unterwegs sind.
- Schwerpunkt der Beiträge waren überwiegend **Stellenangebote und Arbeitsstellensuche**.
- Auf Facebook liegt die potenzielle Erreichbarkeit von Beschäftigten im internationalen Straßentransport EU-weit bei 2,5 bis 2,9 Mio. und in den drei Sprachcommunities (bulgarisch, polnisch und rumänisch) bei 357.000 bis 420.000 Personen.
- Nach dem Inkrafttreten des sog. „Mobilitätspakets“ wurde im Rahmen des Projektes MB 4.0 vom 28.02.2022 bis 19.04.2022 eine Informationskampagne für die bulgarisch-, polnisch- und rumänischsprachige Social-Media-Community durchgeführt.
- Die Kampagne wurde von **sechs Grafiken** bildlich unterstützt, die die für die Zielgruppen wichtigsten Vorschriften und gesetzlichen Änderungen darstellen.
- Qualitative Interviews mit Social-Media-Akteurinnen und -Akteuren haben die Kampagne flankiert, um Erkenntnisse über den Bekanntheitsgrad von Problematiken und die Gesetzesänderungen in der Branche zu erlangen.
- Die Kampagnenbeiträge haben eine Gesamtreichweite von 118.541 Ansichten von Beiträgen¹ und 905 Reaktionen² auf Facebook erreicht.

¹ Gesamtzahl der Ansichten der Beiträge, also wie viele Male die Inhalte angeschaut wurden.

² „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte.

Einleitung

Für die Entsendung von Kraftfahrerinnen und –fahrern in der EU gelten ab dem 02.02.2022 neue Vorschriften. Arbeitsbedingungen für Kraftfahrerinnen und -fahrer sollen verbessert werden und Rechtsunsicherheiten verringert werden.

Studien von Minor³ bestätigen, dass eine Aufklärung über die Rechte als Arbeitnehmende in Deutschland für Zugewanderte am besten in der Muttersprache und in Kommunikationskanälen erfolgt, die die Zielgruppe unmittelbar für den Informationsaustausch über das Leben und Arbeiten in Deutschland nutzt.

Um festzustellen, wo sich die Beschäftigten im internationalen Straßentransport im digitalen Raum austauschen, hat das MB 4.0-Team im Vorfeld der Kampagne eine eigene Recherche durchgeführt (Eingrenzung der Beschäftigten im internationalen Straßentransport auf Facebook, Suche nach eigenen Gruppen und Recherche anhand von Schlagwörtern) und Beitrittsanfragen in den für die Kampagnen relevanten Gruppen gestellt.

Das Projekt „MB 4.0 – Gute Arbeit in Deutschland“⁴ hat die Zugänge zu diesen Kommunikationsorten in den sozialen Medien und genießt das Vertrauen der Social-Media-Communities von EU-Zugewanderten in Deutschland. In den Gruppen, Foren oder Kanälen organisieren sich Zuwanderungsinteressierte.

Methodisch erschließt MB 4.0 damit einen neuen Handlungsansatz, der die Arbeit von Beratungsstellen vor Ort sinnvoll ergänzt. Die Zugewanderten werden in den digitalen Räumen, wo sie sich austauschen, beraten und zugleich wird den dort kursierenden Falsch- und/oder irreführenden Informationen entgegengewirkt. Grundlegend für das Projekt ist der aufsuchende Beratungsansatz, wonach der Zielgruppe dort zu begegnen und auf ihren Bedarf zu reagieren sei, wo sie gewohnheitsmäßig zu Orientierungs- und Integrationsprozessen in Deutschland kommuniziert.

Im Zusammenhang mit dem Mobilitätspaket wurde auf Wunsch und unter Mitwirkung des Fördergeldgebers, die Gleichbehandlungsstelle EU-Arbeitnehmer der Beauftragten der Bundesregierung für Migration Flüchtlinge und Integration und Beauftragten für Antirassismus, eine Informationskampagne im Rahmen des Projektes MB 4.0 für drei Sprachcommunities (rumänisch, bulgarisch, polnisch) entwickelt. Diese setzte sich zum Ziel, Beschäftigte aus dem internationalen Straßentransport zu erreichen, um sowohl auf die Veränderungen in der Branche, die im Jahr 2022 in Kraft getreten sind, als auch auf ältere Vorschriften hinzuweisen. Die Infokampagne wurde für die Zielgruppe des Projektes meistgenutzte Plattform Facebook konzipiert und im Zeitraum vom 28.02.2022 bis zum 19.04.2022 durchgeführt.

³ Vgl. u.a. C. Pfeffer-Hoffmann, 2021: EU-Migration nach Deutschland (<https://minor-kontor.de/eu-zuwanderung-nach-deutschland/>).

⁴ <https://minor-kontor.de/migrationsberatung-4-0/>.

Recherche in den von MB 4.0 betreuten Facebook-Gruppen

Obwohl Facebook-Gruppen insbesondere von Neuzugewanderten (aber auch von Zuwanderungsinteressierten) für den Integrationsprozess genutzt werden, wurden in der großen Bandbreite der durch das Projekt betreuten Facebook-Gruppen, die sich in Herkunftssprachen mit Leben und Arbeiten in Deutschland beschäftigen, nur wenige Fragestellungen zum Arbeiten im internationalen Straßentransport gefunden. Erfahrungen von MB 4.0 zufolge, sinkt die Sichtbarkeit von beschäftigten Personengruppen, je prekärer sie in Deutschland arbeiten, selbst in den Social-Media-Communities.⁵ Das MB 4.0-Team hat eine Recherche durchgeführt, um zu erfahren, ob Arbeitnehmende aus dem internationalen Straßentransport passive Mitglieder in den betreuten Facebook-Gruppen sind oder ob sie vielleicht andere Informationskanäle nutzen. Dafür wurden zwei Wege gewählt:

Eingrenzung von Beschäftigten im internationalen Straßentransport auf Facebook

Auf Facebook kann ermittelt werden, wie viele Menschen auf der Plattform angegeben haben, am internationalen Straßentransport Interesse zu haben. So kann dieser Personenkreis eingegrenzt werden. Zunächst wurde für die Recherche die Zielgruppe aller EU-Sprachen ausgewählt. Dies ergab einen potenziellen Personenkreis von 2.5 bis 2.9 Mio. Personen. Darunter 70,5 % Männer und 29,5 % Frauen.

Da die angedachte Informationskampagne in den ausgewählten Sprachen Bulgarisch, Polnisch und Rumänisch stattfand, wurde auch die potenzielle Erreichbarkeit dieser Zielgruppe ermittelt und betrug zum Zeitpunkt zwischen 357.000 und 420.000 Personen. Die sich daraus ergebenden Anteile sind ähnlich: 69,6 % Männer und 30,4 % Frauen.

Schlagwörter

Als Vorbereitung auf die Informationskampagne wurden mehr als 100 bulgarische, polnische und rumänische Facebook-Gruppen mit Hilfe von Schlagwörtern durchsucht, um gezielt Beiträge oder Fragen zum Thema Arbeit im internationalen Straßentransport zu finden und somit auch den Personenkreis von Beschäftigten auf der Plattform zu identifizieren. Die meisten durch diese Vorgehensweise gefundenen Beiträge betrafen Stellenanzeigen oder die Arbeitssuche. Fragen zu Arbeits- oder Sozialrecht kamen in allen Communities selten vor und diejenigen, die gefunden wurden, betrafen Lohnfortzahlungen oder Lohn in Deutschland, Entsendungen, die Gültigkeit des Führerscheins in Deutschland, aber auch Kündigung, Arbeitsstunden, Test- und Impfpflichten für internationale Fahrerinnen und Fahrer, Unfälle, Strafzettel und Übernachtungen im LKW.

Darüber hinaus wurden mehr als 30 Gruppen gefunden, die von LKW-Fahrerinnen und -fahrern selbst organisiert und gezielt an solche gerichtet sind.

Ablauf der Kampagne

Um die Kampagne durchzuführen, hat das MB 4.0-Team sechs Grafiken designt und erstellt, die für die Zielgruppe wichtigsten Änderungen und Regelungen im internationalen Straßentransport beschreiben. Die Grafiken wurden in allen Sprachen übersetzt und auf den projekteigenen Facebook-Seiten vom

⁵ <https://minor-kontor.de/beratung-fuer-24-stunden-betreuungskraefte-aus-polen/>

28.02.2022 bis zum 19.04.2022 in wöchentlichem Rhythmus veröffentlicht.⁶ Diese wurden dann in Facebook-Gruppen, wo sich LKW-Fahrerinnen und -Fahrer austauschen, verbreitet. Die Veröffentlichung und Verbreitung der Infografiken wurden in den Beschreibungen zu den Grafiken mit weiterführenden Informationen begleitet. Dabei wurde auch auf die Möglichkeit hingewiesen, sich bei Fragen oder Unklarheiten an die Seite zu wenden.

Grafik 1: „Neues im internationalen Straßentransport“

Grafik 2: „Recht alle 4 Wochen zum Wohnsitz zurückzukehren“

Grafik 3: „Be- und Entladen des LKWs“

Grafik 4: „Ruhezeit“

Grafik 5: „Cooling-off-Phase“

Grafik 6: „Wie ist es in eurem Unternehmen?“



⁶ Die Informationskampagne hat je Sprache an unterschiedlichen Tagen begonnen.

Neues im internationalen Straßentransport

Nach vollständiger Entladung im Aufnahmestaat sind drei Kabotagebeförderungen innerhalb von sieben Kalendertagen erlaubt.

Nachdem das Kabotagepensum ausgeschöpft wurde, muss eine sogenannte Cooling-off-Phase von vier Tagen folgen.

Neu

©Minor
Stand: März 2022

minor

EU-Arbeitnehmer

Neues im internationalen Straßentransport

WIE IST ES IN EUREM UNTERNEHMEN?

©Minor
Stand: März 2022

minor

EU-Arbeitnehmer

Um mehr Einblicke in die Straßentransportbranche zu gewinnen, wurden zusätzlich Interviews mit Social-Media-Akteurinnen und -Akteuren, also mit Admins, Moderatorinnen und Moderatoren oder aktiven Mitgliedern, durchgeführt. Hierfür wurden folgende Fragen gestellt: Kennen Sie sich mit der Transportbranche aus? Hören Sie seit längerem von Missständen in der Branche? Haben Sie von den neuen Änderungen gehört? Würden Sie die Arbeit in dieser Branche empfehlen?

Ergebnisse der Kampagne

Durch das Teilen in den Community-spezifischen Facebook-Gruppen wurden *118.541 Ansichten* von Beiträgen erreicht (siehe **Abbildung 1**). Dies führte zu *905 Reaktionen* auf alle sechs Informationsangebote in den drei Sprachen. Die vierte Grafik mit Informationen zur wöchentlichen Ruhezeit, die außerhalb der Fahrerkabine verbracht werden sollte, erzielte insgesamt *31.917 Ansichten* und ist damit die Grafik mit der größten Reichweite. Die zweiterfolgreichste Grafik hat *25.131 Personen* erreicht und informierte die Fahrer und Fahrerinnen darüber, dass sie ein Recht haben, alle vier Wochen zu ihrem Wohnsitz bzw. auf die Betriebsstätte des Arbeitgebers zurückkehren und dass der Arbeitgeber für die Organisation und Kosten dieser Fahrt verantwortlich ist.

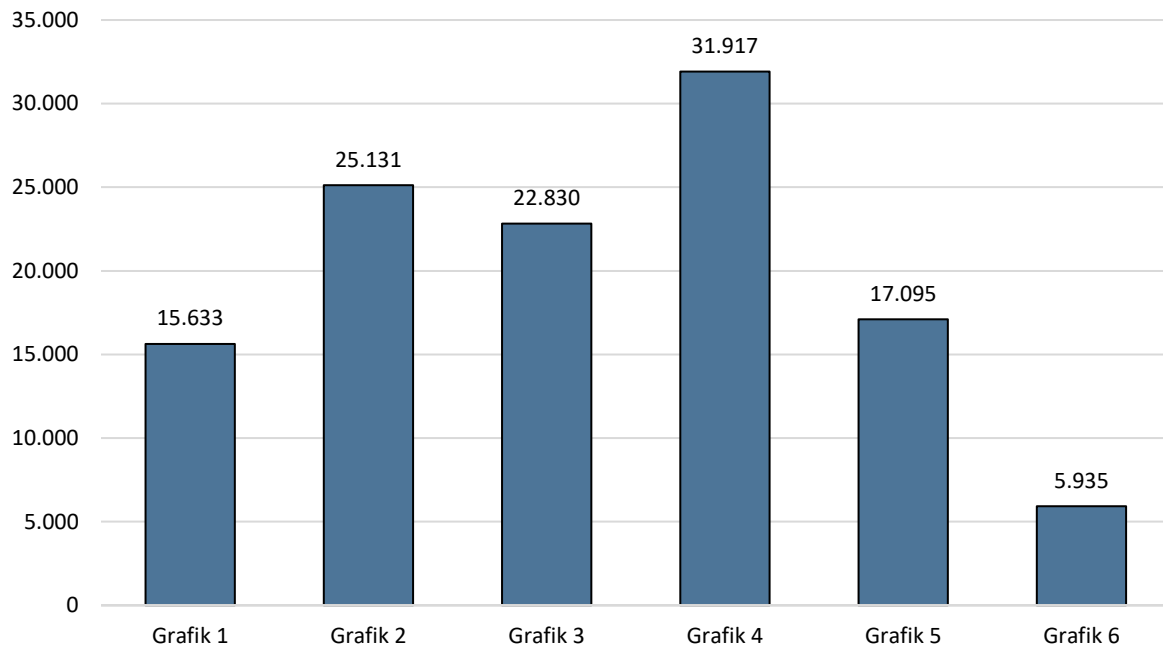


Abbildung 1: Reichweite der Informationsangebote in den drei Sprachcommunities.

Darstellung nach eigener Erhebung, n= 118.541 © Minor

Obwohl die Informationsangebote der Infokampagne viele Facebook-Nutzende erreicht haben und die Inhalte auch wahrgenommen wurden, fiel die Anzahl der Rückfragen der Ratsuchenden geringer aus.

Ferner konnten spannende Diskussionen in den bulgarisch- und rumänischsprachigen Communities unter den Beiträgen sowohl in den Facebook-Gruppen als auch auf den Facebook-Seiten beobachtet werden. Die Anmerkungen bezogen sich meistens auf die Umsetzung des Gesetzes. Die meisten Kommentierenden waren skeptisch bezüglich der Umsetzung der neuen Regelungen und erklärten, dass auch die alten Gesetze nicht beachtet würden. Viele betonten die Wichtigkeit staatlicher Kontrolle bei der Umsetzung.

Zu der Grafik zum Be- und Entladen von LKWs stellte ein rumänischer LKW-Fahrer beispielhaft für die Problematiken der Beschäftigten fest:

„Im Vertrag steht nicht, dass ich be- oder entladen muss...aber ich be- und entlade viel. Ich habe dem Arbeitgeber gesagt, dass das nicht meine Aufgabe ist...er fing an zu lachen. Er zahlt kein extra Gehalt für diese Arbeit.“

Andere berichteten, dass sie oft in der Kabine hätten übernachten müssen. In der bulgarischen Community erklärten zudem mehrere Personen, dass ihnen beim Be- und Entladen keine Schutzausrüstung zur Verfügung gestellt werde.

In der polnischen Community hat die Informationskampagne keine Diskussionen generiert, wobei zu beachten ist, dass viele der Gruppen, wo sich LKW-Fahrerinnen und -Fahrer austauschen von Personalvermittlungen oder Jobagenturen organisiert und moderiert werden.

Es wurden überdies Interviews mit fünf Social-Media-Akteurinnen und Akteuren durchgeführt. Unter den Befragten befanden sich Administratorinnen, Administratoren, Moderatorinnen und Moderatoren von Gruppen. Diese wurden grundsätzlich nach der Transportbranche gefragt, um festzustellen, inwieweit sie sich mit den Belangen der Beschäftigten im internationalen Straßentransport auskennen. Ihnen wurden vier Fragen gestellt: Ob sie sich mit der Transportbranche auskennen, ob sie von Missständen in der Branche gehört haben, ob sie von den neuen Änderungen gehört haben und inwiefern sie die Arbeit in dieser Branche empfehlen würden.

Lediglich eine von den fünf Personen war mit der Branche und den Gesetzesänderungen vertraut. Die anderen kannten nur grob die Belange von Beschäftigten aus dem internationalen Straßentransport. Jemand erzählte von einem Bekannten:

„...mir fiel sofort auf, dass sie ihm 500 € pro Monat als Tagegeld zahlen, während das steuerpflichtige Bruttogehalt nur 2000 € pro Monat beträgt.“

Durch dieses sog. Spesenmodell sparen die Unternehmen Steuern und Sozialabgaben.

Insgesamt hat die Mehrheit der Befragten von Missständen in der Branche gehört und die meisten empfahlen Vorsicht vor Ausbeutung, wobei nur ein Akteur von der Arbeit in der Branche abriet.

Fazit

Im Ergebnis dieser kurzen Recherche kann festgestellt werden, dass Beschäftigte aus dem internationalen Straßentransport in den allgemeinen Facebook-Gruppen zum Leben und Arbeiten in Deutschland unterwegs sind, den Verlauf der Kommunikation verfolgen, dabei indes nicht immer aktiv nach außen über ihre Probleme zu kommunizieren pflegen. Darüber hinaus haben sie auch eigene Facebook-Gruppen, wo sie sich austauschen, wobei dort Stellenausschreibungen und Beiträge zur Arbeitssuche überwiegen. Für eine Beratung dieser Personengruppe eignen sich, insbesondere für die polnische Community, wo viele Gruppen von Vermittlungsagenturen betreut werden, geschützte Kommunikationskanäle, die die Zielgruppe aufsuchen kann, wie zum Beispiel eine eigene private Gruppe. Die allgemeinen Facebook-Gruppen bleiben weiterhin nützliche Kanäle, um die Betroffenen sowie jene, die sich im Ausland befinden und an einer Arbeitsaufnahme interessiert sind, mit Hilfe von Informationsangeboten zu erreichen. Sie sind jedoch nicht gut für eine weitergehende Erst- und Verweisberatung nutzbar.

Insgesamt sind die Sprachcommunities skeptisch in Bezug auf die Umsetzung der neuen Regelungen. Enttäuscht zeigen sie sich außerdem darüber, dass die Aufklärung anscheinend nicht die Arbeitgeberseite erreicht. Sie wünschen sich von dem Gesetzesgeber Kontrollmechanismen, die die Anwendung der Gesetze sicherstellt.

Möglichkeiten der Unterstützung der Zielgruppe über Soziale Medien

Eine gezielte Informationsvermittlung sowohl in den allgemeinen bulgarisch-, polnisch- und rumänischsprachigen Facebook-Gruppen, die sich mit Leben und Arbeiten in Deutschland beschäftigen, also auch in den Gruppen, die gezielt an LKW-Fahrerinnen und -Fahrer gerichtet sind, kann über die Profile der Beratenden und mit Hilfe der Facebook-Seiten des Projekts für die folgenden Personengruppen angeboten werden:

- a) der im internationalen Straßentransport Arbeitenden und/oder
- b) der sich noch im Ausland befindenden Beschäftigungsinteressierten

Allein mit den drei Facebook-Profilen in Bulgarisch, Polnisch und Rumänisch betreuen 3 wissenschaftliche Mitarbeitende des Projektes insgesamt 381 Facebook-Gruppen bundesweit. Diese Reichweite ermöglicht eine breit streubare Informations- und Beratungswirkung. Dieses allgemeine Informationsangebot hat zwar große Streuverluste, kann aber die Kontaktaufnahme mit einzelnen Mitgliedern der Zielgruppe und deren Informierung ermöglichen.