

Die Titelstrecke im Überblick:

Seite 23 **Überblick:** Hat die Pandemie das Mobilitätsverhalten verändert?

Seite 26 **Analyse:** Welche Mobilitätskonzepte es gibt und warum

Seite 30 **Beispiel I:** Wie ein Start-up die Mobilitätsbudget-Plattform Rydes nutzt

Seite 32 **Beispiel II:** Warum die Telekom ihre eigene Mobilitätsplattform baut

Seite 34 **Beispiel III:** Welche Mobilitätsangebote die Allianz bereit hält

Seite 36 **Key Findings:** Das sollten Sie sich merken





Was bewegt Deutschland?

Das Mobilitätsverhalten der Erwerbstätigen ähnelt wieder präpandemischen Zeiten. Einer der Hauptgründe ist der Mangel an Alternativen zum Auto. Eine Bestandaufnahme.

VON ANGELA HEIDER-WILLMS

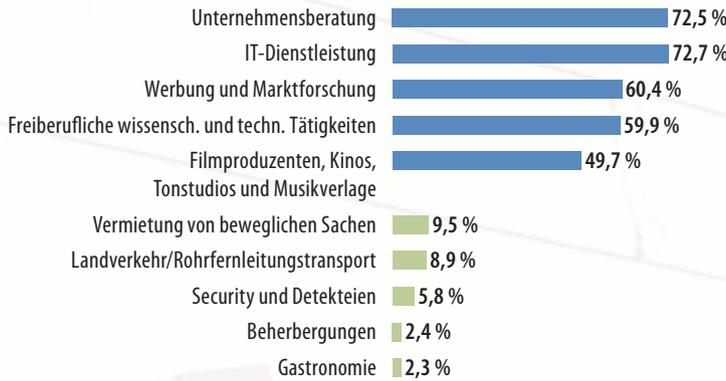
► Vor drei Jahren dominierten in den Nachrichten Aufnahmen, die zur sonstigen Rushhour gährende Leere auf Autobahnen und in Großstädten zeigten. Statistische Erhebungen wie die Global Traffic Scorecard von Inrix Research offenbarten, dass während der coronabedingten Lockdowns der Autoverkehr in Metropolen wie Köln und München bis zu 65 Prozent absank.

Und auch die täglichen Personenkilometer im deutschen öffentlichen Nahverkehr erreichten laut des Instituts für angewandte Sozialwissenschaft (Infas) im Verlauf der Jahre 2020 und 2021 einen Tiefpunkt.

Doch dieser „Corona-Effekt“, wie ihn der aktuelle Infas-Mobilitätsreport nennt, ist verpufft. Inzwischen sind deutsche Straßen und Schienen wieder so belebt wie früher, wie neue Erhebungen zeigen. Eine Trendwende weg vom Auto und hin zum ÖPNV konnte durch die Pandemie nicht in Gang gesetzt werden – und das, obwohl es einen deutlichen Trend zum Homeoffice gab. Das ifo-Institut führte in einer Pressemitteilung im Dezember 2022 an, dass vor der Corona-Pandemie weniger als 15 Prozent der Erwerbstätigen manchmal oder häufig im Homeoffice arbeiteten, inzwischen stabilisiere sich die Zahl im Schnitt bei

Dienstleistungssektoren mit hohem und niedrigem Homeoffice-Anteil

Abbildung 1



Anteil von E-Dienstwagen am Gesamtbestand gewerblicher Halterinnen und Halter

Abbildung 2

Stand 1. Januar 2023



rund 25 Prozent. Der Unterschied je nach Branche ist allerdings gravierend und schwankt zwischen fast zwei Drittel bis zu lediglich zwei Prozent der Beschäftigten (siehe Abbildung 1).

Dienstwagen weiterhin beliebt

Die Gründe für das wieder gestiegene hohe Pkw-Verkehrsaufkommen sind vielschichtig. Laut der Infas-Analyse spielen bei der Entscheidung pro Auto und contra ÖPNV mangelnde Informationen eine Rolle, aber auch Komfortansprüche und hohe Fahrpreise. Sylvia Lier, Geschäftsleitung der TAF mobile GmbH und Expertin für multimodale Personenmobilität, kritisiert zudem die fehlende Infrastruktur für attraktive ÖPNV-Angebote in vielen Regionen: „Wir müssen bei der Politik die Handlungsnotwendigkeit adressieren, den ÖPNV stärker auszubauen. Der Fokus liegt derzeit zu sehr auf dem individualisierten, motorisierten

Verkehr.“ Für Maximilian Rohs, Senior Manager Infrastructure & Mobility bei PwC, sind auch die Arbeitgeber in ländlichen Regionen gefragt, dort attraktive und erreichbare Standorte zu schaffen.

Auch bei der beruflichen Mobilität setzen Unternehmen weiterhin oft auf den Pkw als Verkehrsmittel für den Arbeitsweg, Tendenz leicht steigend: Zwischen 2019 und 2022 verdoppelte sich der Anteil an angebotenen Dienstwagen von jeder 50. Stellenanzeige in Jobanzeigen auf jedes 25. Berufsinserat. Das ergab eine Analyse der Mietwagen-Plattform billiger-mietwagen.de in Zusammenarbeit mit der Jobplattform Indeed. Und: Unter den Dienstwagen beherrschen weiter die Verbrennungsmotoren das Feld. Nach Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamts beträgt Stand Januar 2023 der Anteil der E- und Hybridautos unter gewerblichen Fahrzeugen nur etwa 16,5 Prozent (siehe Abbildung 2). Eine Änderung dessen ist bei vielen Unternehmen nicht in Sicht. Bei einer Befragung von Fuhrparkmanagerinnen und -managern im Zuge des Nachhaltigkeitsprojekts compan-e des Öko-Instituts gaben 88 Prozent der Befragten an, dass ihr Unternehmen keinerlei Anreize für die Nutzung von Fahrzeugen mit geringem CO₂-Ausstoß wie beispielsweise Bonussysteme oder begrenzte Übernahme von Tankkosten setzt.

Sylvia Lier empfiehlt allerdings nicht, den Dienstwagen abzuschaffen. Stattdessen sollten Arbeitgeber ihren Beschäftigten attraktive Alternativen, zum Beispiel in Form der genannten Mobilitätsbudgets, anbieten. Die Mitarbeitenden können dann passend zur individuellen Lebenssituation auswählen, wie ihre individuelle Mobilitätslösung aussehen soll, und diese auch variieren.

Experiment Neun-Euro-Ticket – was nun?

Die zeitweise Einführung des Neun-Euro-Tickets war ein Erfolg mit spürbaren Auswirkungen. Laut Infas holte erst dieses Angebot die täglichen Personenkilometer des ÖPNV wieder aus dem Pandemietief heraus: Im September 2022 wurden im öffentlichen Verkehr (inklusive Flugverkehr) fast doppelt so viele Kilometer zurückgelegt wie im Mai 2021. Analysen von Daten aus Navigationssystemen zeigten, dass das Neun-Eu-

Quelle: ifo Konjunkturumfragen, November 2022

Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt

ro-Ticket in Großstädten wie Düsseldorf zudem das Stauaufkommen und, wenn auch nur in geringfügigem Ausmaß, den Ausstoß von CO₂ senken konnte. Eine Nachfolgemodell steht mit dem 49-Euro-Ticket in den Startlöchern (siehe Kasten).

Eine PwC-Umfrage ergab, dass die Nachfrage graduell mit dem zur Verfügung stehenden Einkommen und der Wohnortnähe zur Stadt sinkt – ein Zusammenhang, den auch PwC-Berater Maximilian Rohs sieht: „Mobilität muss letztendlich an den Nutzenden orientiert sein und die Lebenswirklichkeiten widerspiegeln.“ Das Deutschlandticket sieht er in Form des Jobtickets nur dann als Chance für Unternehmen, wenn es ohne hohen administrativen Aufwand an Mitarbeitende ausgegeben werden kann – und ein echter Mehrwert wird nur durch eine entsprechende Anbindung durch öffentliche Mobilitätsangebote erreicht.

Die genaue Umsetzung des Deutschlandtickets hinterlässt jedoch noch viele Fragen und stößt nicht überall auf Gegenliebe. So veröffentlichte der Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmen (bdo) eine Stellungnahme zum Gesetzentwurf, in dem er Verluste der Verkehrsunternehmen durch weniger Verkauf von Einzelfahrscheinen befürchtet. Es sei „beihilferechtlich nicht geklärt, dass die Unternehmen bei Anwendung des Tarifs einen entsprechenden Ausgleich ihrer Mindererlöse erhalten.“

Weitere Alternativen

Neben Pkw, Bus und Bahn ist in Deutschland das Fahrrad weiterhin ein wichtiges Verkehrsmittel, das im vergangenen Jahr laut der Deutschen Akademie der Technikwissenschaften (acatech) im Gegensatz zum Auto und dem ÖPNV einen leichten Aufwärtstrend (43 Prozent) bei der wöchentlichen oder täglichen Nutzung im Vergleich zu 2019 (38 Prozent) verzeichnete.

Wie steht es um andere alternative Transportmöglichkeiten zum Auto? Sharingmodelle erfreuen sich seit Jahren einer konstant steigenden Beliebtheit, das be-

DAS 49-EURO-TICKET

Ab dem 1. Mai 2023 soll im ÖPNV das Deutschlandticket zum Einführungspreis von 49 Euro erhältlich sein. Vorgesehen ist ein **rein digitales Abo**, das monatlich kündbar ist. Es gilt bundesweit und soll Fahrten im ÖPNV und SPNV ermöglichen, ausgenommen der Fernverkehr und Fahrten in der Ersten Klasse. Unternehmen können es ihren Beschäftigten Form eines Jobtickets bereitstellen. Bei einem unternehmensseitigen Zuschuss von mindestens 25 Prozent auf den Ausgabepreis werden bis zum 31. Dezember 2024 zusätzliche fünf Prozent Übergangsabschlag gewährt.

richtet der Bundesverband Carsharing. Die Zahl von angemeldeten Fahrberechtigten stieg zuletzt um rund 32 Prozent, mit Hauptnutzung in Großstädten.

Das Bewusstsein für die Notwendigkeit alternativer Mobilitätskonzepte ist in der Bevölkerung jedenfalls unbestritten vorhanden (zu alternativen Mobilitätskonzepten siehe auch Seite 26 bis 28). Das zeigen Umfragen wie die jährliche Untersuchung des Instituts für Demoskopie (IfD) im Auftrag von acatech. Rund 71 Prozent der Befragten gaben an, dass für die wesentliche Minderung der Klimabelastung die Förderung und der Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs am wichtigsten ist. Doch für die meisten Autofahrenden (68 Prozent) stellt der ÖPNV gleichzeitig keine echte Alternative dar.

Fazit

Die Verkehrswende ist gewünscht, die Voraussetzungen dafür sind jedoch nicht gegeben. Unternehmen sind gefragt, Mobilitätskonzepte zu entwickeln, die zu den Bedürfnissen ihrer Mitarbeitenden passen. Doch zusätzlich braucht es eine gesamtgesellschaftliche Anstrengung, damit Infrastruktur und Gesetzlage eine bessere Anbindung und kommunale Konzepte ermöglichen, die Alternativen zum Pkw für Mitarbeitende attraktiv machen. ■





Das Angebot erzeugt die Nachfrage

Immer mehr Unternehmen überprüfen ihre Mobilitätskonzepte. Es geht um Alternativen zum Dienstwagen und darum, allen Mitarbeitenden Angebote zu machen – und zwar möglichst umweltfreundliche. Wie kann das Angebote aussehen?

► In diesen Tagen ist das Thema Mobilität so aufgeladen wie noch nie. Da ist die gesellschaftliche Debatte über die Zukunft des Planeten, die sich mit neuer Kraft und in extremer Form etwa in Aktionen der „Letzten Generation“ entlädt. Die Politik nimmt die Unternehmen in die Pflicht, ESG-konformes Wirtschaften zu reporten. Dazu kommen die Diskussionen in der Wirtschaft zum Homeoffice und zu den Chancen des 49-Euro-Tickets. Außerdem setzt sich die E-Mobilität durch, und die Verkehrswende wird auf allen Ebenen, in allen Organisationen und der Politik diskutiert. Ihre eigene Mobilität beschäftigt die Menschen gerade jetzt, im vielbeschworenen „New Normal“, in dem sie wieder reisen können und in dem sie auch wieder regelmäßig in die Büros und Hallen ihrer Arbeitgeber pendeln müssen. Und es beschäftigt die Arbeitgebenden, die sich dem gesellschaftlichen Druck und den veränderten Wünschen der Beschäftigten beugen müssen, die etwa Alternativen zum Dienstwagen verlangen, die auch als

Benefit taugen. Eine Zeitenwende in puncto Fortbewegung wird nicht nur von der Gesellschaft gefordert und der Politik ausgerufen. Ein Ende der Fokussierung auf das Auto ist auch aus praktischen Gründen Schlussfolgerung aus dem Verkehrsaufkommen in Deutschland.

Das geplatze Versprechen

„Das Auto erfüllt nicht mehr, was es verspricht“, sagt der Mobilitätsforscher und Soziologe Professor Andreas Knie, Leiter der Forschungsgruppe Digitale Mobilität und gesellschaftliche Differenzierung (DiMo) des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung. „Der Verkehr, gerade in NRW, staut sich, es gibt insbesondere in Städten keine Abstellflächen mehr. Das Fortkommen – vor allem in urbanen Regionen – ist so oft mit den gängigen Alternativen Fahrrad, E-Roller oder -Scooter, mit Bus und Bahn sowie zu Fuß einfacher und unkomplizierter zu bewerkstelligen.“ Und überhaupt findet laut Knie analog zum gesellschaftlichen Diskurs um Emissionseinsparungen ein Umdenken statt: „Junge Leute sagen uns vermehrt, dass lange Fahrten mit dem Auto für sie uninteressant sind, weil die Alternativen wie die Bahn bequemer sind. Und Ältere merken, dass das Auto unpraktisch ist, weil man während langer Fahrten nicht arbeiten kann.“



„Die überwiegende Mehrheit der Jobradlerinnen und -radler entscheidet sich für den Kauf des Rads.“

Robert Böhme, Bereichsleiter Vertrieb bei der JobRad GmbH

Alternativen zum Auto sind schwächere Benefits

Der gesellschaftliche Diskurs verlangt nach Alternativen zum Auto. Doch die meisten Menschen denken noch anders, für sie ist der eigene Pkw das wichtigste Fortbewegungsmittel, gut zwei Drittel aller Berufspendler nutzen das Auto, so das Statistische Bundesamt. Unternehmen müssen in diesem Spannungsfeld für alle attraktive Benefits anbieten, um Mitarbeitende zu gewinnen oder ihre Employer Brand aufzubessern. Und genau das ist der Knackpunkt: Denn ein Dienstwagen, der Beschäftigten preiswert für die Arbeit oder auch private Nutzung überlassen wird und den Arbeitgeber und -nehmer steuerlich absetzen können, ist in den Köpfen der Menschen ein noch größerer Benefit als ein Fahrrad, das vom Mitarbeitenden unter Umständen geleast werden muss. „In den Köpfen der Menschen muss ein Umdenken stattfinden“, so Knie. Unternehmen müssten Regelungen finden, um wertgleiche Benefits anbieten zu können. „Entscheiden sich Mitarbeitende für ein Fahrrad anstelle eines Autos, dann müssen sie Mitarbeitenden die Differenz erstatten, um den gleichen Wert zu erreichen.“ Hier gehe es auch darum, Routinen zu verändern. So sei das Neun-Euro-Ticket sehr gut angekommen. „Aber die Zeit hat nicht gereicht, ein Umdenken zu veranlassen“, so Knie. Die Menschen kehrten wieder zum Auto zurück.

Das hänge auch mit steuerrechtlichen Vorgaben zusammen, die vom Gesetzgeber angepasst werden müssten. Es sei problematisch, dass Autos oft nach Steuerabschreibungen und mit Mengenrabatt preiswerter und einfacher abzuschreiben seien als etwa eine Bahncard 100, für die es keinen Mengenrabatt gebe, so der Wissenschaftler. Autos seien somit oft noch praktischer und preiswerter für Nutzer und Firmen.

Das weit verbreitete Jobrad

Ein Angebot für klimabewusste Mobilität, ist gefühlt zum Standard-Benefit jedes Unternehmens geworden: das Jobbeziehungswesen das Dienstrad. In der Regel wird es fast allen Mitarbeitenden eines Unternehmens angeboten, nicht nur bestimmten Mitarbeitergruppen. Laut Angaben des Dienstradleasinganbieters JobRad GmbH nutzen inzwischen über 60 000 Arbeitgeber mit insgesamt mehr als fünf Millionen Beschäftigten sein Angebot, darunter beispielsweise Bosch, SAP und Deutsche Bahn. Alleine 2022 habe es einige Tage gegeben, an denen mehr als 2500



„Das Auto erfüllt nicht mehr, was es verspricht.“

Prof. Dr. Andreas Knie, Leiter der Forschungsgruppe Digitale Mobilität und gesellschaftliche Differenzierung (DiMo) des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung

Personen neue Fahrräder bestellt hätten.

Das Modell dieses großen Anbieters bringt für Mitarbeitende und Arbeitgeber verschiedene Vorteile mit sich: Arbeitnehmende profitieren von einer steuerlichen Förderung, während Unternehmen aktiv zum Umwelt- und Klimaschutz sowie zur Verkehrsentlastung an ihren Standorten beitragen. Das Angebot fördert außerdem die Gesundheit der Mitarbeitenden: Wer regelmäßig mit dem Fahrrad zur Arbeit fährt, ist nachweislich seltener krank. Das macht das Dienstradleasing auch aus der Perspektive des betrieblichen Gesundheitsmanagements interessant. Beim Leasing sind zwei Optionen denkbar: „Beim Jobrad per Gehaltsumwandlung bedient der oder die Angestellte die Monatsraten aus dem Bruttolohn“, erklärt Robert Böhme, Bereichsleitung Vertrieb bei der JobRad GmbH. „Das bedeutet, dass der Arbeitgeber einen Teil des monatlichen Gehalts einbehält. Dieser Anteil des Gehalts wird wiederum in sogenannten Sachlohn umgewandelt.“ Da der Sachlohn steuerlich aber nicht mit der kompletten Umwandlungsrate, sondern seit dem 1. Januar 2020 pauschal nach der sogenannten 0,25-Prozent-Regel bewertet wird, entsteht ein Steuervorteil, der die Umwandlung für Mitarbeiter finanziell attraktiv macht: Dienstradler sparen gegenüber dem herkömmlichen Kauf eines Fahrrads oder E-Bikes bis zu 40 Prozent pro Fahrrad, erklärt der Experte. Ein arbeitgeberfinanziertes Jobrad ist für die Mitarbeitenden sogar komplett steuerfrei: „Beim sogenannten Jobrad als Gehaltsextra findet keine Gehaltsumwandlung statt“, sagt Böhme. Der Arbeitgeber least ein Fahrrad oder Pedelec, übernimmt die vollen Kosten und überlässt es der Mitarbeiterin oder dem Mitarbeiter zusätzlich zum ohnehin geschuldeten Arbeitslohn. In diesem Fall entfällt für die Mitarbeitenden seit 2019 die Versteuerung des geldwerten Vorteils bei privater Nutzung.



„Auch Praktikanten, die mindestens einen Monat lang für das Unternehmen tätig sind, können vom Angebot profitieren.“

Julia Carloff-Winkelmann, Chief People Officer bei der Dance GmbH

In beiden Fällen beträgt die Laufzeit für ein Jobrad 36 Monate. Bisher habe der Anbieter jedem Kunden das Rad nach Ablauf der regulären Leasingvertragslaufzeit zum Kauf angeboten. „Dieses Kaufangebot dürfen wir allerdings aus rechtlichen Gründen nicht vertraglich zusichern“, so der Vertriebsleiter. „Die überwiegende Mehrheit der Jobradlerinnen und Jobradler entscheidet sich nach Leasingende für den Kauf des Rads.“

Das Mobilitätsabo

Eine andere Alternative für Unternehmen, die Mobilität der Mitarbeitenden zu erhöhen, vom Auto abzubringen und mehr individuelle und bedarfsorientierte Freiheiten zu gewähren, sind die Mobilitätsabos, die Unternehmen auch oft allen Beschäftigten zuteil werden lassen. Beim Mobilitätsabo handelt es sich um bestimmte Fahrzeuge, die etwa monatlich angemietet werden können. Mitarbeitende können hierbei aus dem Angebot eines Dienstleisters wählen, welches Fortbewegungsmittel sie bevorzugen. Auch hierüber lassen sich Fahrräder oder E-Bikes bestellen beziehungsweise mieten, die Möglichkeiten sind aber noch umfangreicher. So lassen sich einfach E-Roller per App mieten.

Die Dance GmbH aus Berlin etwa ist ein E-Mobility-Anbieter, dessen Angebot in fünf Städten genutzt werden kann. „Wir bieten Electric Bikes und Electric Mopeds an“, erklärt Julia Carloff-Winkelmann, Chief People Officer. Dance brachte sein Angebot für Unternehmen vor rund einem halben Jahr zuerst in Berlin auf den Markt, ist inzwischen aber auch in Hamburg, München, Wien und Paris aktiv. Unternehmen haben hier zwei Optionen: Sie können Mitarbeitenden den Service vollständig kostenfrei zur Verfügung stellen oder Zuschüsse geben. Die Beschäft-

tigten können dann per App einen E-Roller oder eines der beiden Fahrradmodelle im monatlich kündbaren Abo mieten. Die Fahrzeuge werden innerhalb von 24 Stunden bereitgestellt. Im Abopreis von 79 Euro monatlich für ein E-Fahrrad und 119 Euro für einen E-Roller enthalten ist ein Reparaturservice sowie eine Versicherung gegen Diebstahl. „Sollte ein Fahrzeug reparaturbedürftig sein, ist ein Ersatz in spätestens 24 Stunden bereitgestellt“, erklärt Carloff-Winkelmann.

Der schnelle Service und die flexiblen Buchungsmöglichkeiten wirken sich laut der Personalerin nicht nur positiv auf die Bindung und Motivation von unbefristet Beschäftigten aus. „Auch Praktikanten, die mindestens einen Monat lang für das Unternehmen tätig sind, können vom Angebot profitieren“, erklärt sie. Es brauche auch keine speziellen Ladestationen zu Hause oder auf der Arbeit. „Zu jedem Vehikel gibt es einen Akku samt Stecker, der wie jedes Smartphone an jeder Steckdose geladen werden kann.“

Da das Abo über die Gehaltsumwandlung und die Payroll läuft, bezahlen Mitarbeitende 40 bis 55 Prozent weniger – wegen steuerlicher Vergünstigungen. Dieser Betrag werde nochmals von den 79 beziehungsweise 119 Euro abgezogen, sagt Carloff-Winkelmann.

Das Mobilitätsbudget

Eine Weiterentwicklung der Abo-Option sind sogenannte Mobilitätsbudgets, mit denen die Fortbewegung noch flexibler, individueller und an die Verkehrslage des jeweiligen Tag angepasst werden kann. Anbieter wie Rydes (siehe auch Seite 30/31) oder Free Now bieten hierfür eine Mobilitätsplattform in einer App an, die verschiedene Mobilitätsangebote verbindet. So lassen sich einfach Bahntickets buchen, Car Sharing Services, Taxis und Uber nutzen, oder es gibt Kooperationen mit einem E-Scooter-Anbieter, über die dann an jeder Straßenecke ein Scooter genutzt werden kann.

Nutzen Unternehmen diese Services, stellen sie den Mitarbeitenden einen bestimmten Betrag zur Verfügung. Mitarbeitende können diesen Betrag dann über den Dienstleister für die Fortbewegungsmöglichkeit ihrer Wahl einsetzen.

Mitarbeitende überzeugen

Wer viel pendelt, weiß, dass es nicht immer auf allen Wegen und mit allen Fortbewegungsmethoden unproblematisch ist, an sein Ziel zu kommen. Müssen Menschen, die auf dem Land wohnen, etwa in das städtische Büro, dann sind sie oft auf ein Auto angewiesen, um die städtischen Grenzen gut erreichen zu können. Sind sie dann in der Stadt, ist das Weiterpendeln mit dem Auto nicht mehr komfortabel. Damit Mobilitätsangebote und -alternativen akzeptiert werden, ist der Komfort beim Reisen und bei der Organisation der Reise entscheidend. Im Fokus der hier vorgestellten Angebote steht auch die möglichst benutzerfreundliche Bedienung und Abwicklung. Besonders komfortabel sind für die Nutzer Mobilitätsbudgets, die auch beim oben beschriebenen Szenario helfen können – eben weil sie diese Flexibilität in der Fahrzeugwahl bieten. Wolfgang Inninger, Leiter des Projektzentrums Verkehr, Mobilität und Umwelt des Fraunhofer-Instituts für Materialfluss und Logistik IML, sieht deshalb auch intermodale Angebote künftig noch stärker im Kommen. „Idealerweise ist das Angebot dieser Dienstleister möglichst breit, umfasst also möglichst viele Mobilitätsoptionen in einem großen Radius.“

Mobilitätskonzepte ausarbeiten

Genau dazu berät Inninger mit seinem Team Firmen und beobachtet, dass eine wachsende Zahl von Unternehmen versucht, immer mehr Mitarbeitenden Angebote zu machen, wenn das finanziell darstellbar ist. „Für manche Berufsgruppen machen einige Angebote aber keinen Sinn“, erklärt er. „Schichtarbeiter können zum Beispiel nachts keinen Bus nutzen, sie sind dann auf ein Auto und genügend Parkplätze angewiesen.“ Wolfgang Inninger beschreibt, was auch der Mobilitätsforscher Andreas Knie sagt: Parkplätze werden knapp. Auch in Gewerbegebieten. Schon deshalb sehen sich immer mehr Unternehmen gezwungen, über Mobilitätskonzepte nachzudenken. „Oft kommt der Anstoß dazu aber aus dem Wunsch,



„Alle Autos mit Verbrennermotor in E-Autos zu tauschen, löst die angespannte Park- und Verkehrssituation nicht auf.“

Wolfgang Inninger, Leiter des Projektzentrums Verkehr, Mobilität und Umwelt des Fraunhofer Instituts für Materialfluss und Logistik IML

klimaneutral zu wirtschaften“, sagt der Diplomingenieur. „Überlegungen hierzu fangen beim Energieverbrauch an, enden aber zwangsläufig beim Thema Mobilität und entsprechenden Maßnahmen.“

Ein solches Konzept kann aber auch andere Bausteine beinhalten als nur Angebote für Fortbewegungsmittel. „Beispielsweise können Fahrgemeinschaften organisiert werden, oder ein Shuttle holt Mitarbeitende von einem Sammelpunkt ab. Das spart auch die Kosten für den teuren Parkraum.“ Klar, wer nur auf E-Autos setzt, der ist emissionsparender unterwegs als andere mit Verbrennern. „Doch die angespannte Park- und Verkehrssituation löst das nicht auf“, ergänzt der Berater.

Einfluss des 49-Euro-Tickets

Seine Prognose dazu, ob das 49-Euro-Ticket, das im Mai kommen soll, einen Einfluss auf Mobilitätskonzepte von Unternehmen haben wird: „Es verunsichert aktuell mehr, als es für die Planung nutzt.“ Es sei noch nicht klar, ob es Geschäftsleuten, die im Zweifelsfall ohnehin eine Bahncard 100 hätten – vorausgesetzt sie pendeln überhaupt mit dem Zug –, tatsächlich hilft, oder ob diese sowieso auf teurere Tickets umsteigen müssen, um etwa ICE fahren zu können. „Ich denke, dass es vor allem die Pendler anspricht, deren privates Mobilitätsbudget etwas enger gestrickt ist“, so Inninger. „Aber hierfür wird auch die Qualität und Pünktlichkeit des ÖPNV ausschlaggebend sein.“ ■



Inklusiv statt exklusiv

Das Start-up Paretos hat eine Remote-first-Belegschaft, verteilt in ganz Deutschland. Diese Organisationsstruktur erfordert ein passendes Mobilitätsbudget.

VON GESINE WAGNER UND MATTHIAS SCHMIDT-STEIN

► Als wenn die Suche nach Mobilitätsbenefits für die Beschäftigten nicht schon schwierig genug wäre, stand Nathalie Hölzle vor zwei besonderen Herausforderungen. Paretos, jener Softwareentwickler, bei dem die 30-Jährige als Vice President People alle HR-Themen verantwortet, hat zum einen seine Mitarbeitendenzahl im vergangenen Jahr verdoppelt. Das starke Wachstum, das weiter anhalten wird, führt zu hohen Anforderungen an die Flexibilität einer jeden Lösung. Das ausgewählte System muss auch bei einer Vervielfältigung der Belegschaft standhalten. Und: Wenn es nur eine Personalerin oder einen Personaler gibt, wie es eine Zeit lang bei Paretos war, dann muss er oder sie sich um fast alles kümmern. „Deshalb musst du, wenn du eine kleine, aber wachsende Company bist, darauf achten, dass alles, was du im HR-Bereich tust, effizient ist“, sagt Hölzle. Der administrative Aufwand müsse also niedrig sein, „damit du dich mit den wichtigeren Themen auseinandersetzen kannst: den Menschen und dem Wachstum.“ Wobei Letzteres für die HR-Abteilung bedeutet: die richtigen Leute finden und ans Unternehmen binden.

Genau hier wiederum können Mobilitätsbenefits ein Schlüssel sein, um Talente zu gewinnen und überhaupt wachsen zu können, glaubt die Personalerin. Paretos bietet eine Plattform an, die Unternehmen dabei unterstützen soll, bessere Entscheidungen zu treffen – und zwar mithilfe von Daten und Künstlicher Intelligenz. Daher ist das Unternehmen besonders auf Programmierinnen und Programmierer sowie Expertinnen und Experten für Daten angewiesen. Jobprofile also, die seit Jahren besonders heiß begehrt sind auf dem Arbeitsmarkt. „Gerade im Tech-Umfeld musst du daher von Anfang an darauf achten, attraktiv zu sein, um genau die Talente zu bekommen, die du benötigst“, sagt Hölzle.

Auswirkungen von Remote First

Attraktiv macht das Unternehmen bei der Suche nach diesen Talenten sicher auch die Remote-First-Ausrichtung, die beim Thema Mobilität aber ebenso wie das Mitarbeitendenwachstum herausfordernd ist. Nur ein relativ geringer Teil der Beschäftigten arbeitet vom Firmensitz in Heidelberg aus. Alle anderen sind verteilt in Deutschland, arbeiten von zu Hause aus und haben somit eigentlich keinen Weg zur Arbeit. Was für Mobilitätsangebote bietet man ihnen dann an? Während der Großstadtbewohner vielleicht mit E-Scooter und ÖPNV auskommt, ist die Kollegin auf dem Land womöglich auf den Dienstwagen oder ein Taxibudget angewiesen (siehe auch Seite 26



„Wenn man ein Benefit für alle finden möchte, dann sollten wir Einzelne aufgrund ihres Wohnorts nicht benachteiligen.“

Nathalie Hölzle, VP People bei Paretos

bis 29). „Und wenn dein Anspruch ist, einen Benefit für alle Mitarbeitenden zu finden, dann sollte der Anspruch auch sein, dass man nicht Einzelne aufgrund ihres Wohnorts benachteiligt.“ Eine Mobilitätslösung in einem Unternehmen, in dem die Mitarbeitenden über die gesamte Republik verteilt sind, muss also besonders vielfältig sein. Es dürfte kaum überraschen, dass die Lösung, für die sich Paretos dann entschieden hat, von einem ähnlich stark wachsenden Unternehmen kommt. Es kennt die Herausforderungen beim Unternehmensaufbau.

Der Anbieter Rydes (Eigenschreibweise: RYDES) ist eine Ausgründung des Lufthansa Innovation Hubs, dem Start-up-Inkubator der Fluggesellschaft. Mittlerweile hat auch Porsche in das junge Mobilitätsunternehmen investiert. Ursprünglich als Bonuspunkteprogramm gestartet, ist das Hauptprodukt heute eine appbasierte Mobilitätsplattform für Firmenkunden. Dabei gibt es eine App für die Mitarbeitenden, mit der sie verschiedene Mobilitätsdienstleistungen buchen können – vom E-Roller über die U-Bahn bis zum Uber-Wagen. „Es gab auch schon Fälle bei Kunden, wo Fahrten mit einer Seilbahn abgerechnet wurden“, sagt René Braun, einer der Gründer des Unternehmens. Schließlich diene das Mobilitätsbudget nicht nur dem Arbeitsweg, sondern als Benefit auch bei privaten Fahrten der Mitarbeitenden. Wobei die Kundenunternehmen (und auch Rydes) natürlich nur Zugriff auf kumulierte Mobilitätsdaten haben – niemand muss sich Sorgen machen, dass der Arbeitgeber erfährt, wann er oder sie am Wochenende mit dem Taxi aus dem Club nach Hause gefahren ist. Alle Daten werden absolut DSGVO-konform behandelt, wie Braun versichert.

ÖPNV eher unbeliebt

Möglich ist es aber zu schauen, welche Mobilitätsleistungen bei den Mitarbeitenden besonders beliebt sind. Dafür haben die Kunden ein Dashboard. Bei Paretos stehen E-Bikes und E-Roller ganz vorne, gefolgt von Taxi- und Uber-Fahrten sowie Carsharing; der ÖPNV folgt erst auf Rang vier. Was ungewöhnlich klingt, ist bei einem Remote-First-Unternehmen mit einer recht jungen Belegschaft durchaus logisch. Die Personalabteilung kann beim Mobilitätsbudget nicht nur beobachten, sondern es auch steuern. Zum Beispiel können einzelne Angebote ausgenommen werden – etwa wenn aus Nachhaltigkeitsaspekten Autofahrten in Großstädten, egal ob im Sharing-Auto oder Taxi, nicht bezuschusst werden sollen. Die konkrete Lösung ist eigentlich relativ simpel. Denn in der Rydes-App ist eine Prepaid-Kreditkarte hinterlegt, mit der Mobilitätsdienste gebucht werden können. Statt dem Zahlungsmittel Paypal etwa kann im Bezahlprozess also die Rydes-Karte ausgewählt werden. Im Unterschied zu anderen Anbietern gibt es dabei keine direkte Vereinbarung zwi-



„Das Mobilitätsbudget dient nicht nur dem Arbeitsweg, sondern als Benefit auch der Freizeit der Mitarbeitenden.“

René Braun, Co-Founder und CEO bei Rydes

schen Rydes beziehungsweise dem Kundenunternehmen und dem Carsharing-, ÖPNV- oder sonstigen Mobilitätsanbieter. Auch müssen die Beschäftigten nicht in Vorleistung gehen und die Tickets sowie Reisekostenabrechnungen einreichen. Stattdessen funktioniert die App genauso, wie die Mitarbeitenden das von ihren eigenen Bank- und Kreditkarten gewohnt sind.

„Ich glaube, dadurch ist die Funktionsweise des Angebotes für die Mitarbeitenden sehr einfach zu verstehen“, sagt Nathalie Hölzle. Bei Paretos jedenfalls spielt das Angebot als Benefit schon im Rekrutierungsprozess eine große Rolle. In den Jobanzeigen und im Karrierebereich der Website werden die Benefits angepriesen und auch in den Gesprächen mit Kandidatinnen und Kandidaten prominent erwähnt. „Und im Onboardingprozess gehen wir dann noch einmal darauf ein und erklären, wie es genau funktioniert“, sagt die Personalerin. „Denn wenn aus dem Kandidaten ein Mitarbeiter wird, sollte man nicht aufhören, dazu zu kommunizieren.“ Wenig sei ärgerlicher als ein nicht genutzter Benefit. Dies sei bei Paretos auch nicht der Fall. Manche sparen ihr Mobilitätsbudget aber bewusst auf, um damit dann an Weihnachten nach Hause zur Familie zu fahren.

Ein Angebot für alle

„Wir finden es gut, dass alle dasselbe Mobilitätsangebot haben, auch wenn es so unterschiedlich eingesetzt wird“, sagt Hölzle. Die Zeiten, in denen nur die höchsten Managementebenen einen Dienstwagen aus Prestige Gründen vor die Tür gesetzt bekommen haben, sei laut Rydes-Gründer Braun vorbei. Auch der Dienstwagen einer der Paretos-Geschäftsführer wurde mit Hilfe des Mobilitätsbudgets durch ein Business-Bike ersetzt. Und für wen das Mobilitätsbudget nichts ist, findet bei Rydes fünf weitere Module, die unabhängig voneinander integriert werden können: Bikeleasing, (49-Euro-)Jobticket, ÖPNV Ticketerstattung, Tank- und Ladekarten sowie flexible Auto Abos. ■



Olga Nevska ist Geschäftsführerin der DeTe FleetServices GmbH, der Mobility-Tochter der Deutschen Telekom.

Copyright: Deutsche Telekom

„Eine geteilte und garantierte Mobilität“

Allein im Raum Köln/Bonn hat die Deutsche Telekom etwa 15 000 Mitarbeitende, die jeden Tag pendeln und im Stau stehen. Die Geschäftsführerin der Mobility-Tochter will das ändern.

► Personalwirtschaft: Frau Nevska, wie gestalten Sie die Mobilität der Telekom?

Olga Nevska: Bei uns gibt es verschiedene Arten der Mobilität. Das ist wichtig zu wissen, wenn es darum geht, welche Mobilitätsangebote wir bieten. Wir unterscheiden fünf Kategorien.

Welche Kategorien sind das?

Neben dem Bereich Business Travel ist es „Mobility as a benefit“ als Teil der Vergütungsstrategie wie etwa der Dienstwagen. Außerdem die Gewerbeflotte mit 14 000 Fahrzeugen als Arbeitsinstrument für unsere Techniker etwa. Die Mitarbeitermobilität ist ebenfalls eine Kategorie, also wie die Belegschaft zur Arbeit kommt, und zuletzt die Kundenmobilität, wenn wir Kunden zu uns in die Standorte einladen.

Wie kommt die Belegschaft der Telekom denn zur Arbeit?

Wenn nicht mit dem eigenen Auto oder dem Dienstwagen, dann zum Beispiel mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV). Dafür bieten wir ein Jobticket an. Was wir auch ganz neu im Portfolio haben für Standorte im Raum Köln/Bonn, die nicht gut an den ÖPNV angebunden sind, ist das Shuttle-on-Demand für den Pendelverkehr. Ein Kleinbus holt angemeldete Mitarbeitende an der über eine App gebuchten Haltestelle ab und fährt sie zur Arbeit. Außerdem gibt es Abos für Fahrräder, E-Autos oder auch Carsharing.

Im Bereich „Mobility as a benefit“ geht es dann aber sicher auch um die private Mobilität, oder?

Der Klassiker ist der Dienstwagen, der auch privat genutzt wird. Seit 2023 dürfen die Beschäftigten aber nur noch E-Autos als Dienstwagen bestellen. Bis 2027 soll jeder Firmenwagen elektrisch unterwegs sein.

Eine durchaus hohe Investition in Ihre Nachhaltigkeitsziele.

Das stimmt. Seit 2019 waren wir dafür in einer Testphase, und inzwischen können die Mitarbeitenden aus 34 Modellen wählen. Man schafft aber kein nachhaltiges Mobilitätsangebot, indem man jedem Mitarbeitenden ein Elektroauto vor die Tür stellt.

Was erachten Sie stattdessen für sinnvoll?

Wir möchten von der motorisierten Individualmobilität, dort wo es geht, wegkommen. Unsere Mitarbeitenden sitzen auf dem Weg zur Arbeit allein in einem Auto und stehen im Stau. Wir möchten ihnen alternative Angebote machen wie Räder, Roller, ÖPNV-Tickets, Taxi, Carsharing oder den Shuttleservice, um das zu umgehen.

Also wird die Dienstwagenflotte elektrifiziert und insgesamt verkleinert?

Ja, sie schrumpft bereits seit einigen Jahren. Durch die Nutzung effizienterer Fahrzeuge und alternativer Antriebssysteme konnten wir die CO₂-Emissionen unserer Flotte seit dem Jahr 2008 um 65 Prozent senken.

Wie verwalten Sie denn diese umfangreichen Angebote der Mitarbeitermobilität?

Demnächst bringen wir als Telekom eine Mobility-as-a-service-Plattform auf den Markt, zunächst in der Region Köln/Bonn. Über eine App, die wir selbst entwickelt haben, können unsere Mitarbeitenden das Verkehrsmittel buchen, das sie eben gerade brauchen, und dort auch direkt bezahlen. Neben dem öffentlichen Nahverkehr gibt es auch Angebote wie Leihräder, E-Scooter und Anbieter von Carsharing.

Wieso haben Sie die App selbst entwickelt und nicht auf bestehende Anbieter von Mobilitätsplattformen zurückgegriffen?
Es gibt nirgendwo am Markt eine Lösung, die unseren Anforderungen genügt hat. Zusammen mit unserem Partner Hacon ist uns das gelungen.

Seit einigen Jahren wird über das Mobilitätsbudget gesprochen, ein paar Unternehmen setzen es bereits ein. Die Telekom auch?

Nicht ganz. Normalerweise hat der oder die Beschäftigte dann einen gewissen Betrag und kann den mehr oder weniger für verschiedene Verkehrsmittel frei einsetzen. Bei uns gibt es schon seit einigen Jahren ein Benefit Budget, das aber nicht nur Mobilitätsangebote einschließt. Die Executives, also Führungskräfte, erhalten einen Teil ihres Gehalts als Budget und können sich aussuchen, in welchen Topf es geht: Dienstwagen, Bahncard, Cash-Auszahlung oder in die betriebliche Altersversorgung. Auch für ein Sabbatical kann der Betrag angerechnet werden oder auf das Lebensarbeitszeitkonto einfließen.

Warum setzen Sie noch nicht auf das Mobilitätsbudget, wenn Sie der Belegschaft grundsätzlich flexible Möglichkeiten bieten wollen?

Momentan ist das Konzept aufgrund der rechtlichen und vor allem steuerrechtlichen Vorgaben zu komplex für so ein großes Unternehmen, wie wir es sind. Wir haben es analysiert, aber nehmen erst einmal Abstand davon.

Hat sich die Mobilität bei der Telekom seit der Pandemie, oder auch durch sie, verändert?

Da wir auch schon vorher eine Mobile Working Policy und keine Kernarbeitszeiten mehr hatten, ist der Unterschied nicht ganz so groß wie bei manch anderen Unternehmen. Denn wer erst im Zuge der vergangenen Jahre Möglichkeiten geschaffen hat, remote oder gar mobil zu arbeiten, wird feststellen, dass sich die Mobilität dadurch auch sehr verändert. Während der Pandemie verhielt es sich aber auch bei uns anders.

Inwiefern?

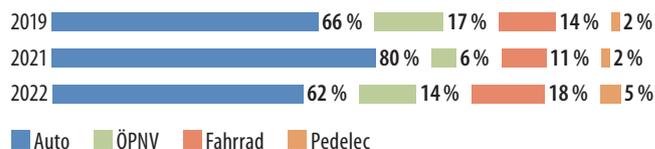
Man hatte ja versucht, möglichst Kontakte zu vermeiden. Daher ist die Autonutzung der Belegschaft gestiegen und die ÖPNV-Nutzung gesunken. Diejenigen, die kein Auto hatten, nutzten vermehrt das Carsharing. Und zu der Zeit, als man die Abstände im Blick haben musste, war das Shuttle-on-Demand beliebt. Statt normalerweise acht konnten wir vorgeben, dass nur vier Plätze besetzt werden.

Sie erwähnten bereits, dass Sie die motorisierte Individualmobilität senken wollen. Fernab der nachhaltigen Aspekte: Warum ist das wichtig?

Der tägliche Weg zwischen Wohn- und Arbeitsort belastet nicht nur das Klima, sondern auch unsere Gesundheit und Lebensqualität.

Verteilung der Mobilitätsformen der Telekom-Belegschaft im Raum Köln/Bonn

Abbildung



Unsere Verantwortung als Arbeitgeber ist es, allen Mitarbeitenden ein nachhaltiges und bedarfsgerechtes Mobilitätserlebnis zu bieten. Allein im Raum Köln/Bonn haben wir 15 000 Mitarbeitende, die jeden Tag pendeln. Dort werden demnächst einige Autobahnbrücken gesperrt, und wir müssen uns Gedanken darüber machen, wie unsere Mitarbeitenden pünktlich ins Büro kommen. Eine geteilte und garantierte Mobilität ist daher unser Ziel.

Sie haben bei der Telekom ein breites Mobilitätsangebot geschaffen. Eine 360-Grad-Wendung von heute auf morgen in Sachen nachhaltige Fortbewegung erwarten Sie aber nicht, oder?

Der Umstieg auf geteilte Mobilitätsformen fällt uns doch oft nur deshalb so schwer, weil komfortable Alternativen zum Pkw fehlen. Der ÖPNV ist überlastet, die Infrastruktur sanierungsbedürftig und die unterschiedlichen Verkehrsleistungen sind nicht ausreichend miteinander vernetzt. Der mühsame Fußweg vom Bahnhof zum Büro oder lange Wartezeiten auf den Bus machen es schwer, das Auto stehen zu lassen. Hinzu kommt, dass staatliche Anreize zur Nutzung der öffentlichen Verkehrswege fehlen, Autofahrer aber mit der Pendlerpauschale und anderen Vergünstigungen entlastet werden.

Für viele Menschen bedeutet das eigene Auto immer noch der höchste Komfort.

Ein Leben ohne Auto darf aber nicht bedeuten, dass ich auf Komfort verzichten muss. Geteilte Verkehrsmittel müssen genau so einfach, bezahlbar und jederzeit verfügbar sein wie mein Auto vor der Tür. Daran müssen wir arbeiten. Durch Diversifikation des Mobilitätsportfolios und den Ausbau digitaler, vernetzter Lösungen wird uns das hoffentlich bald gelingen. ■



Von Fahrrad bis **virtuelles Meeting**

Unternehmen wirtschaften immer umweltbewusster. Das schlägt sich auch in der beruflichen Mobilität und den Benefits nieder. Der Versicherer Allianz setzt deshalb auf nachhaltige Treibstoffe, weniger Dienstreisen und den ÖPNV.

► Der Versicherer Allianz möchte möglichst umweltschonend und nachhaltig wirtschaften. Dazu gehört auch, dass der Konzern Mitarbeitenden Alternativen zum Auto anbietet und diese bewirbt. Seit Mai 2020 können die Beschäftigten deshalb in ganz Deutsch-

land. Das Jobrad-Angebot kommt bei den Beschäftigten laut Firmenangaben sehr gut an, mittlerweile nutzen das Angebot mehr als 4200 Personen. Das entspricht einem Anteil von 15 Prozent der Belegschaft.

Das Fahrrad fördert im Gegensatz zum Dienstwagen die Gesundheit der Mitarbeitenden und bringt sie im urbanen Raum oft schneller zum Ziel.

land Fahrräder über den Fahrradleasingdienstleister JobRad mieten. Im Gegensatz zum Dienstwagen setzt das Jobrad beim Unternehmen keinen besonderen beruflichen Bedarf oder Hierarchiestufe voraus. Neben der reinen Benefit-Funktion fördert das Fahrrad im Gegensatz zum Dienstwagen nachgewiesenermaßen die Gesundheit der Mitarbeitenden und bringt Beschäftigte insbesondere im urbanen Raum oft schneller zum Ziel als jedes andere Verkehrsmittel.

Mobilitätsbudget in Prüfung

Der Versicherer macht zusätzlich Angebote zur Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV). An einigen Standorten werden Mitarbeitenden Jobtickets angeboten, die mit dem jeweiligen Verkehrsbetrieb verhandelt wurden. Zudem gibt es bei der Allianz für nicht leitende Beschäftigte einen steuerfreien Fahrtkostenzuschuss für die Nutzung des ÖPNV für Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte auf Basis des Tarifvertrags in Höhe von 20 Euro pro Monat. In welcher Form das 49-Euro-Ticket angeboten werden kann und soll, prüft das Unternehmen aktuell. Grundsätzlich möchte es seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine vergünstigte Jobticket-Variante anbieten. Auch das Thema Mobilitätsbudget ist aktuell in Prüfung.

Genauso wurden bereits vor einiger Zeit die Reiserichtlinien angepasst. Wo immer möglich, sind die Mitarbeitenden angehalten, ein virtuelles Meeting einer Dienstreise vorzuziehen. Für den Fall, dass Reisen nicht vermieden werden können, müssen diese so gewählt werden, dass insbesondere Umweltauswirkungen Rechnung getragen wird und Gesundheits- und Sicherheitsrisiken minimiert werden. So empfiehlt das Unternehmen beispielsweise für Inlands- und Regionalreisen, bei denen die schnellste Bahnverbindung (Hauptbahnhof zu Hauptbahnhof) weniger als vier Stunden beträgt, mit dem Zug zu reisen. Diese Regelungen, kombiniert mit technischen Lösungen für virtuelle Treffen – wie Laptops mit Kamera –, führen dazu, dass im Vergleich zur Zeit vor Corona deutlich weniger Dienstreisen angetreten werden.

Die Anzahl der Dienstwagen ist laut Unternehmensangaben in den vergangenen fünf Jahren konstant geblieben. Seit 2021 können aber nur noch Hybrid- und Elektrofahrzeuge bestellt werden. Die Dienstwagenflotte besteht infolgedessen mittlerweile zu 80 Prozent aus alternativen Antrieben. Alternativ zum Kfz können die circa 23 500 Dienstwagenberechtigten – 120 von ihnen sind laut Allianz leitende Angestellte – auch eine Bahncard 100 wählen.

Unterstützung bei Hybrid und Elektro

Die alternativen Antriebe fordern neue Lademöglichkeiten. An den deutschen Betriebsstätten wurden daher Wallboxen für E-Autos installiert. Außerdem unterstützt das Unternehmen den Kauf und die Installation von Wallboxen bei den Mitarbeitenden zu Hause, indem es die Kosten voll trägt. Sollte eine Installation nicht möglich sein, zahlt das Unternehmen den Mitarbeitenden einen Ausgleich in Höhe von 15 Euro im Monat bei einem Hybrid- und 30 Euro im Monat bei einem Elektroauto. Außerdem stellt die Allianz den Nutzenden dieser Antriebsmöglichkeiten eine Tank- beziehungsweise Ladekarte für öffentliche Ladestationen zur Verfügung. Fahren Mitarbeitende durchschnittlich mindestens 20 000 Kilometer, kommt eine Deckelung der Treibstoffkosten in Höhe eines Ori-

entierungswerts von 200 Euro im Monat hinzu, um einen Anreiz zur Nutzung des elektrischen Antriebs bei Hybridfahrzeugen zu geben.

Die Allianz ist laut eigener Angaben „fortlaufend bestrebt, den CO₂-Fußabdruck insbesondere bei berufsbedingten Fahrten weiter zu reduzieren“. Für Vielfahrer bietet die Allianz ein eigenes Leasingprogramm, über das die Mitarbeitenden die Möglichkeit haben,

Seit 2021 können nur noch Hybrid- und Elektrofahrzeuge bestellt werden. Mittlerweile machen sie 80 Prozent der Dienstwagenflotte aus.

Autos für dienstliche und private Zwecke zu leasen. Unterstützt wird dies durch Übernahme der Zulassung, Inspektion et cetera. Hier gibt es alle Antriebsvarianten zur Auswahl, der Schwerpunkt liegt aber auf Elektromobilität. Am Standort Unterföhring werden zudem sogenannte Campus Cars angeboten, die dienstlich, aber auch privat genutzt werden können. Das Konzept ist Carsharing. Bei privater Nutzung stehen verschiedene günstige Pauschaltarife zur Auswahl, auch eine Buchung über das Wochenende ist möglich. An insgesamt drei Standorten in München können zudem für dienstliche Fahrten ein Firmenfahrrad oder E-Bike ausgeliehen werden.

Der Versicherer merkt, dass diese Angebote positiv auf die Arbeitgebermarke wirken und ein Wettbewerbsvorteil auf dem Arbeitsmarkt sind. Grundsätzlich evaluiert das Unternehmen hierfür den Bedarf an Benefits etwa durch den Austausch mit den Arbeitnehmervertretenden, aber auch durch externes Benchmarking – zuletzt führte dies die Unternehmensberatung Kienbaum durch. Das hat sich aus Unternehmenssicht bewährt. (ts) ■

Das Wichtigste in Kürze

Was können Unternehmen tun, damit sich ihre Mitarbeitenden zeitgemäß fortbewegen? Hier finden Sie eine Zusammenfassung der wichtigsten Tipps und Thesen aus unserer Titelstrecke.

- ✓ Gerade Benefits zur Mobilität wirken auf die **Arbeitgebermarke**. Denn alle Mitarbeitenden müssen sich – und sei es nur in der Freizeit – fortbewegen. Arbeitgeber sollten das erkennen und der ganzen Belegschaft, nicht nur Führungskräften und Beschäftigten im Vertrieb, Angebote machen. Das trägt auch zur Mitarbeiterbindung bei.
- ✓ Wer passgenaue Angebote machen will, muss zunächst analysieren, welche Verkehrsmittel Mitarbeitende aktuell wie nutzen – und welche sie gerne nutzen möchten. Die zuständigen Stellen – HR, Fuhrparkmanagement, Mobilitätsabteilung – sollten das mit der Beschäftigtenvertretung besprechen oder durch **Mitarbeiterbefragungen** erheben. Auch die Wohnorte sind relevant.
- ✓ Anschließend sollte HR den Markt analysieren. Welche Anbieter können die gewünschten Mobilitätsangebote machen? Wie lässt sich das Angebot in die **Unternehmensstrukturen** integrieren? Lassen sich Schnittstellen mit der Unternehmenssoftware einrichten, etwa bei der Abrechnung der Angebote?
- ✓ Wichtig ist die **Benutzerfreundlichkeit**. Die Angebote müssen einfach und mit möglichst wenig Schritten zu nutzen sein, damit Mitarbeitende sie auch in Anspruch nehmen.
- ✓ HR muss klären, welche **steuerrechtlichen Aspekte** wann bei welchem Angebot greifen. Dienstwagen sind in der Regel für Arbeitnehmer- und -geber einfacher zu versteuern als eine Bahncard, wirken sich aber schlechter auf die Emissionsbilanz des Unternehmens aus.
- ✓ Unternehmen müssen für ein umfassendes Mobilitätskonzept – und um CO₂-Emissionen zu sparen – unbedingt auch die **Reiserichtlinien** anpassen. So sollte es Standard sein, im Vorfeld zu prüfen, welche Dienstreisen unvermeidlich erscheinen und wann ein virtueller Call ausreicht. Auch sollten Unternehmen festlegen, unter welchen Voraussetzungen die Bahn den Vorrang gegenüber Auto oder Flugzeug hat.