

Mobilitätsbudgets – Hype oder Game Changer für den ÖPNV?

Sylvia Lier, Jena

Das Thema Mobilitätsbudget ist zwischenzeitlich in aller Munde, es bestimmt viele Diskussionen im betrieblichen Mobilitätsmanagement. Längst sind die Zeiten von „Dienstwagen und sonst nix“ oder „Jobticket als das einzige Angebot für nachhaltiges Pendeln“ vorbei. Betriebliche Mobilität wird multimodal, sie ist weniger autozentriert, stattdessen vielfältiger, bedarfsgerechter und damit auch umweltverträglicher. Arbeitgeber bieten ihren Mitarbeitern die Nutzung verschiedener Verkehrsmittel immer häufiger in Form von Mobilitätsbudgets an.

Bisher hat es Arbeitgeber üblicherweise nicht interessiert, wie Beschäftigte zur Arbeit kommen. Die einen kommen mit dem Auto zur Arbeit, sehr oft allein, die anderen nutzen das Jobticket-Angebot für den ÖPNV. Immer mehr Arbeitgeber kümmern sich nun darum, dass ihre Mitarbeiter möglichst umweltfreundlich zur Arbeit kommen. Fahrgemeinschaften bilden sich, immer mehr kommen mit dem Rad oder zu Fuß beziehungsweise mit dem ÖPNV.

Dass es sich hierbei nicht mehr um Einzelfälle handelt, bestätigt der Nexus Verlag (Fleet Europe Magazin) mit seiner im Sommer 2021 in Europa durchgeführten Befragung: Mitarbeiter sind in hohem Maße (> 40 Prozent) bereit, öffentliche Verkehrsmittel in Verbindung mit Carsharing- und Carpooling-Angeboten zu nutzen. Außerdem hat der Verlag ermittelt, dass Arbeitgeber auch bereit sind, die Nutzung von Sharing-Angeboten zu fördern: Über 30 Prozent der befragten Unternehmen haben geantwortet, dass sie für ihre Belegschaft in den nächsten drei Jahren Angebote aus dem Mikromobilitäts- beziehungsweise Sharing-Bereich nutzbar machen werden. Und 45 Prozent der befragten Unternehmen werden ihren Mitarbeitenden Mobilitätsbudgets anbieten.

Und dieser Trend macht auch keinen Stopp bei der Gruppe der Dienstwagennutzer: Arbeitgeber bieten heute Alternativen zum Dienstwagen an. Jetzt können



Abb. 1: Unternehmen stellen sich auf neue Mobilitätsanforderungen ein.

Grafik: Fleet Europe

die Berechtigten frei entscheiden. Anstelle eines Leasingautos erhalten sie – wenn gewünscht – ein Mobilitätsbudget. Damit finanzieren sie zum Beispiel ein Monatsabo für den öffentlichen Verkehr, E-Bikes im Dienstradleasing und/oder die Nutzung von Sharing-Angeboten. Und im Winter wählen sie möglicherweise für einige Monate ein Auto-Abo. Das ist ein attraktives Angebot, das sich an der persönlichen Lebenssituation der Mitarbeiter orientiert und es ihnen gleichzeitig ermöglicht, auch ohne eigenes Auto gut und klimagerecht mobil zu sein.

„Niemals!“, denken jetzt möglicherweise einige. „Der Dienstwagen ist doch das Maß aller Dinge.“ Stimmt, er gilt bei vielen weiterhin als erstrebenswerter Arbeitgeber-Benefit. Aber es werden immer mehr, die sich Alternativen zum Dienstwagen wünschen: Dataforce hat in einer Ende 2020 durchgeführten Markterhebung ermittelt, dass 20 Prozent der Dienstwagennutzer bereit wären, ein kleineres Auto zu fahren und dass 15 Prozent sogar ganz verzichten würden. Zu sehr ähnlichen Ergebnissen kommt das Öko-Institut in seiner im Herbst 2022 durchgeführten Marktbefragung, in der



Abb. 2: Veränderung der Mobilität aus Sicht der Dienstwagenfahrer.

Grafik: Dataforce

gruppe im Unternehmen. Entscheidend ist, dass es sich immer um die private Mobilität der Mitarbeiter handelt. Sofern ein Mitarbeiter Dienstwege oder Geschäftsreisen absolvieren muss, sollten gesonderte Budgets festgelegt werden – für die dienstliche und für die private Mobilität. Die Mitarbeitenden müssen den Mobilitätsbudget-Betrag versteuern, wobei unterschiedliche Steuerregelungen für die einzelnen Verkehrsmittel gelten.

Mobilitätsbudget: Software- und Plattformanbieter

Beim Zugang, der Buchung, der Abrechnung und vor allem bei der Versteuerung der einzelnen Mobilitätsangebote kommen neue Anbieter für Mobilitätsbudgets zum Zuge. Bei den meisten Anbietern fotografieren die Mitarbeiter die Kostenbelege, senden sie per Mobilitätsbudget-App an den Dienstleister, dieser prüft sie, ordnet die korrekte Versteuerung zu und überträgt die Datensätze an die Personalabteilung des Arbeitgebers. Zugrunde liegt dabei jeweils eine professionelle und komplexe Einkommenssteuersoftware.

21 Prozent der Befragten angeben, auf den Dienstwagen verzichten zu wollen.

Mobilitätsbudget ist kein Standardprodukt

Was genau verbirgt sich hinter einem Mobilitätsbudget und wie funktioniert es? Für

ein Mobilitätsbudget gibt es keine definierte Norm. Man kann allerdings festhalten, dass es sich um ein Bündel von Mobilitätsdienstleistungen und Verkehrsmittel (wie oben beschrieben) handelt.

In ihrer monatlichen Höhe variieren Mobilitätsbudgets in Abhängigkeit von der Ziel-

Andere Anbieter haben plattformbasierte, tief integrierte Ansätze auf der Basis von Mobility-as-a-Service(kurz: MaaS)-Plattformen. Der Kunde meldet sich einmalig für ein zentrales Kundenkonto an, hinterlegt sein Zahlungsmittel, informiert sich über die gewünschten Mobilitätsangebote, bucht und nutzt sie – eine One-Shop-Stop-Lösung.

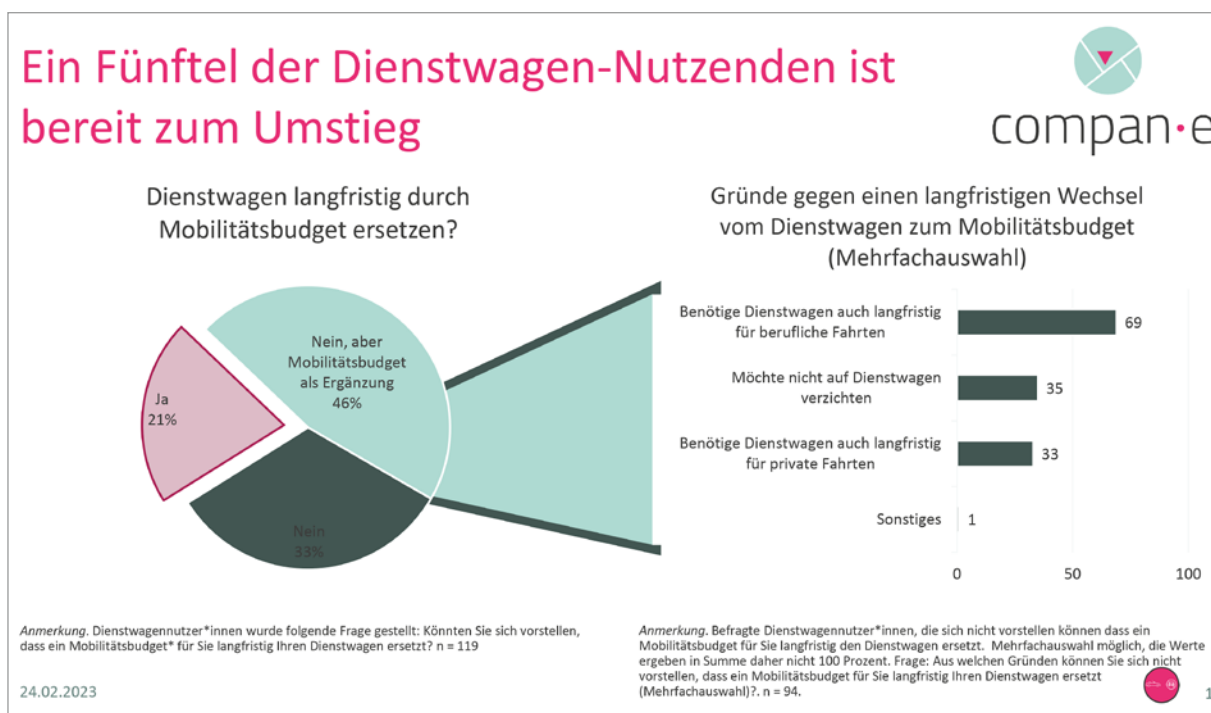


Abb. 3: Bereitschaft zum Umstieg auf ein Mobilitätsbudget.
Grafik: Compan-e

Allround-Talent Mobilitätsbudget

20 Prozent aller Wege in der Personenmobilität sind Pendelwege (Statista). Dabei fahren zwei von drei Mitarbeiter mit dem Auto zur Arbeit und lediglich 14 Prozent nutzen den ÖPNV (Statista). Im Auto sitzen durchschnittlich exakt 1,075 Personen (UBA). Auf dem Weg zur Arbeit steht der Deutsche durchschnittlich 40 Stunden im Stau (Statista). Die Schweizer Rückversicherung hat ermittelt, dass wir, wenn sich die Temperaturen weiter so erhöhen, zukünftig 20 Prozent des weltweiten Brutto-sozialproduktes für das Management von Umweltkatastrophen ausgeben müssen. Alles in allem sind wir im Verkehrssektor weit davon entfernt, den erforderlichen Beitrag zur Erreichung der Pariser Klimaziele zu leisten.

Die Anwendung von Mobilitätsbudgets wird das Mobilitätsverhalten sukzessive verändern – weg von der Fahrt allein im Auto, hin zur Fahrt mit dem Rad oder mit den Öffis in Verbindung mit Shared Mobility. So werden Mobilitätsbudgets dazu beitragen, dass sich die CO₂-Emissionen im Verkehrssektor und die damit verbundene Belastung der Umwelt verringert.



Zur Autorin

Sylvia Lier ist Expertin für multimodale Personenmobilität und Geschäftsführerin bei der TAF mobile GmbH. Sie verfügt über einen Dreiklang an Erfahrungen aus den Bereichen Kfz-Flottenmanagement/Leasing, plattformbasierte Shared Mobility und Öffentlicher Personennahverkehr. In den Mandaten der letzten 15 Jahre hat sie als Geschäftsführerin und Vorständin verschiedene Unternehmen geleitet. Lier möchte es Menschen ermöglichen, auch ohne eigenes Auto gut und klimagerecht mobil zu sein.

Gleichzeitig sind Mobilitätsbudgets auch Kostensenker, denn sie beziehungsweise ihre Komponenten sind flexibler und vor allem vertraglich anpassungsfähiger, was sich bei einem geänderten Mobilitätsbedarf wie im Corona-Lockdown bereits als äußerst vorteilhaft erwiesen hat.

Das Konsumverhalten verändert sich stetig, flexiblere und bedarfsgerechtere Lösungen, die sich an den individuellen Lebenssituationen orientieren, werden bedeutsam. Für die Familie mit kleinen Kindern ist möglicherweise der Dienstwagen die beste Lösung, während sich das Paar, das in der Stadt lebt und im Homeoffice arbeitet, beispielsweise BahnCards und E-Bikes favorisiert. One Size fits all, gilt demnach nicht mehr. Flexibilität in der Nutzung der

Mobilität wird zukünftig wichtiger sein als der Besitz und diese Flexibilität wird zum neuen Statussymbol. Ein Mobilitätsbudget wird sich zum Statussymbol entwickeln. Arbeitgeber, die ihren Beschäftigten Mobilitätsbudgets anbieten, reagieren auf diese geänderte Nachfrage und steigern damit ihre Attraktivität im Kampf um die besten Talente.

Rolle der Verkehrsgesellschaft: Gestalter von Mobilität

Mit Blick auf die Anbieter von Plattformlösungen sollten die Verkehrsgesellschaften ihre Haltung prüfen: Werden sie den Plattformbetreibern ihre Tickets und Abos zum Verkauf anbieten? Damit multimodale Mobilitätsangebote Fahrt aufnehmen, braucht



Abb. 4: In 2022 bestimmen drei Trends den Markt für Mobilitätsdienstleistungen.

Grafik: HPP Strategie- und Marketingberatung

es viele Kooperationen und wechselseitig Kooperationswillige.

Verkehrsgesellschaften können sich allerdings auch selbst in den „driver’s seat“ setzen, selbst zum Anbieter von Mobilitätsbudgets werden. Dazu benötigen sie eine MaaS-Plattform sowie ein Verwaltungstool, in dem die Kundenunternehmen ihren Mitarbeitern Mobilitätsbudgets zuordnen und die dafür geltenden Nutzungsregeln hinterlegen können. Außerdem würden die Verkehrsgesellschaften mit einer Steuerkanzlei sowie mit einem Finanzdienstleister kooperieren, denn die Kunden erwarten steuerlich vollständig aufbereitete Datensätze und die Beschäftigten des Kundenunternehmens wünschen sich eine integrierte Bezahlfunktion, weil sie bei der Bezahlung ihrer Mobilitätskosten nur ungern in Vorauslage treten.

Entschließt sich eine Verkehrsgesellschaft, diesen Weg zu gehen, setzt sie

idealerweise ein gemeinsames Projekt mit ihrem Verkehrsverbund auf. Themen wie Maas-Plattform, Einkommenssteuerexpertise, Abwicklung von Finanzdienstleistungen können gesamthaft für die zum Verbund gehörenden Verkehrsgesellschaften bearbeitet und ausgestaltet werden.

Und die Verbünde können damit den Transformationsprozess der Verkehrsgesellschaften gezielt gestalten – von der Bus- und/oder Bahngesellschaft zum Anbieter für integrierte Mobilitätslösungen. Mit Blick auf die sich radikal verändernde Tariflandschaft eine neue, strategische Stoßrichtung für die Verbünde. Dabei handelt es sich um eine Neuausrichtung, die auf die aktuellen Trends im Mobilitätssektor ideal einzahlen würde. So berichtet die Marketing- und Strategieberatung HPP in ihrem Mobilitätsanbieter Ranking 2022, dass Diversifikation und Plattformintegration zu den bestimmenden Trends gehören. Entscheidend ist es,

das eigene Angebot zu erweitern beziehungsweise diversifizieren und in Plattformen zu integrieren.

Mobilität gestaltet man am besten gemeinsam

Es liegt auf der Hand, dass auch die Verbünde diesen Weg nur gemeinsam mit vielen anderen Stakeholdern gehen können. Politiker, Stadtverwaltungen, Mobilitätsanbieter, Datenlieferanten – alle gehören an einen Tisch, um diesen Transformationsprozess zu gestalten und voranzutreiben. Dafür brauchen wir klare Zielbilder zur Mobilität und zum Leben in unseren Städten und Kommunen. Und diese Zielbilder sind über Legislaturperioden hinweg zu verabreden. Wir haben es dabei selbst in der Hand, gemeinsam dafür einzutreten, dass wir auch ohne eigenes Auto gut und im Sinne unseres Klimas – unserer Lebensversicherung – mobil sind.

Zusammenfassung/Summary

Mobilitätsbudgets – Hype oder Game Changer für den ÖPNV?

Die Mobilität in Deutschland muss neu gedacht werden. Bus und Bahn statt Pkw ist die Devise der Zukunft. Was positiv ist: Längst hat ein Umdenken stattgefunden. Immer mehr Verkehrsunternehmen setzen sich über ihr Kerngeschäft für eine klimafreundliche Mobilität ein, etwa indem sie Mobilitätsplattformen (MaaS) anbieten oder die Einführung von Mobilitätsbudgets prüfen. Multimodale MaaS-Plattformen als Angebot von Verkehrsunternehmen kombinieren verschiedenste Verkehrsmittel wie E-Fahrräder, E-Autos oder E-Scooter mit Bus oder Bahn. Zugang zu diesen Angeboten erhalten die Nutzer über eine App, wie zum Beispiel LeipzigMOVE. Verkehrsgesellschaften können zudem zum Anbieter von Mobilitätsbudgets werden und dieses in die MaaS-Plattform integrieren. Aber auch weitere Unternehmen und Branchen könnten schon heute ihren Mitarbeitenden ein deutschlandweit digitales und flexibles Mobilitätsbudget anbieten. Mitarbeitende können so unabhängig vom Verkehrsverbund steuerfrei den ÖPNV auf dem Arbeitsweg sowie in der Freizeit nutzen. Das ist nicht nur umweltfreundlich, sondern trägt auch zur modernen Mitarbeiterbindung bei. Der Gesetzgeber ist hier gefordert, denn schlussendlich geht es um eine echte Mobilitätswende: weniger Auto-zentriert, vielfältiger, digitalisiert und alles miteinander vernetzt. Datenstandards und diskriminierungsfreie Zugänge werden zu den verschiedenen Systemen für eine effiziente Entwicklungsarbeit benötigt. Zudem bedarf es einer steuerlichen Regelung, die diese Mobilitätskonzepte incentiviert. Gelingt uns dies, werden sich neue Angebote, wie zum Beispiel das Mobilitätsbudget, gut als Alternative zum eigenen Auto oder als Pauschale zur Incentivierung nachhaltiger Freizeit- oder Pendelmobilität durchsetzen.

Mobility budgets – hype or game changer for the public transport?

Mobility in Germany has to be rethought. Rail and bus instead of private cars is the motto of the future. What is positive is that a rethink has long since taken place. More and more transport companies are committed to climate-friendly mobility beyond their core-business, either by offering mobility platforms (MaaS) or considering the implementation of mobility budgets. Multi modal MaaS platforms as an offer by transport companies combine different transport modes such as e-bikes, e-cars or e-scooter with bus or rail. The user gets access to these offers via an app such as Leipzig MOVE. Transport companies can also become a provider of mobility budgets and integrate these in the MaaS platform. But even other companies and industries could already offer their employees a digital and flexible mobility budget across Germany. Employees can use public transport tax-free on their way to work and during their leisure time, independently of the transport association. This is not only eco-friendly but also contributes to modern employee loyalty. The legislator is challenged here, as it finally is about a real change in mobility: less car-centered, more divers, digitalized and all interconnected. Data standards and non-discriminatory access are required for the different systems for efficient development work. Additionally, a fiscal arrangement is required which incentivizes this mobility concept. If we succeed in this, new offers such as the mobility budget will become well established as an alternative to the private car or as a flat rate to incentivize sustainable leisure or commuting mobility.