

Das Mobilitätsbudget

Arbeitgeber bieten ihren Mitarbeitenden die Nutzung verschiedener Verkehrsmittel immer häufiger in Form von Mobilitätsbudgets an. Warum? Sie können damit zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: **Steigerung der Arbeitgeberattraktivität (Stichwort Mitarbeiterbindung) und Verbesserung der Klimabilanz (Nachhaltigkeit) des Unternehmens.**

Dieser Beitrag erläutert, was genau unter einem Mobilitätsbudget als Teil der betrieblichen Mobilität zu verstehen ist und wie die Einführung gelingt.

Von: **Sylvia Lier**
E-Mail: **info@sylvia-lier.de**

1 Einführung

Das Thema Mobilitätsbudget ist zwischenzeitlich in aller Munde und bestimmt viele Diskussionen im betrieblichen Mobilitätsmanagement. Längst sind die Zeiten von „Dienstwagen und sonst nix“ oder „Jobticket als einziges Angebot für nachhaltiges Pendeln“ vorbei. Betriebliche Mobilität wird multimodal – sie ist weniger autozentriert, stattdessen vielfältiger, bedarfsgerechter und damit auch umweltverträglicher.

„Bisher war es meinem Arbeitgeber eigentlich egal, wie ich zur Arbeit komme. Die meisten Kolleginnen und Kollegen kamen mit dem Auto und das allein. Manche haben das Jobticketangebot für den ÖPNV genutzt. Jetzt motiviert uns mein Arbeitgeber, möglichst umweltfreundlich zur Arbeit zu kommen. Wir bilden Fahrgemeinschaften, kommen mit dem Rad oder zu Fuß und nutzen natürlich auch die Öffis. Und wem der Weg von der Haltestelle zur Verwaltung zu Fuß zu weit ist, kann ein Mietrad oder einen E-Scooter nutzen. Alle Mitarbeitenden bekommen dafür monatlich ein Mobilitätsbudget in Höhe von 100 €. Außerdem gibt es in unserer Firma

seit Kurzem einige Carsharing-Autos, die man sich unkompliziert auch für private Zwecke ausleihen kann. Mit dem Auto zur Arbeit ist bei uns jetzt nicht mehr angesagt und auch meistens nicht mehr nötig.“ So oder so ähnlich berichten immer mehr Beschäftigte.

2 Veränderte Nachfrage

Keine Einzelfälle

Dass es sich bei diesen Aussagen nicht mehr um Einzelfälle handelt, bestätigt der Verlag nexus Communication Fleet & Mobility Media (Lüttich, Belgien) mit seiner im Sommer 2021 in Europa durchgeführten Befragung [1]:

Mitarbeiter*innen sind im hohen Maße (> 40 %) 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: 36 bzw. 45 % der befragten Unternehmen haben geantwortet, dass sie für ihre Belegschaft in den nächsten drei Jahren Angebote aus dem Mikromobilitäts- bzw. Sharing-Bereich nutzbar machen werden. Und 45 % der befragten Unternehmen werden ihren Mitarbeitenden Mobilitätsbudgets anbieten (s. Abb. 1).

Vorteil Flexibilität

Dieser Trend macht auch keinen Stopp bei der Gruppe der Dienstwagennutzer*innen: Arbeitgeber bieten heute Alternativen zum Dienstwagen an. Jetzt können die Berechtigten frei entscheiden: Anstelle eines Leasingautos erhalten sie – wenn gewünscht – ein Mobilitätsbudget. Damit finanzieren sie z. B. ein Monatsabo für den öffentlichen Verkehr, E-Bikes im Dienstradleasing und/oder die Nutzung von Sharing-Angeboten. Im Winter wählen sie möglicherweise für einige Monate ein Auto-Abo. Das ist ein attraktives Angebot, das sich an der persönlichen Lebenssituation der Mitarbeitenden

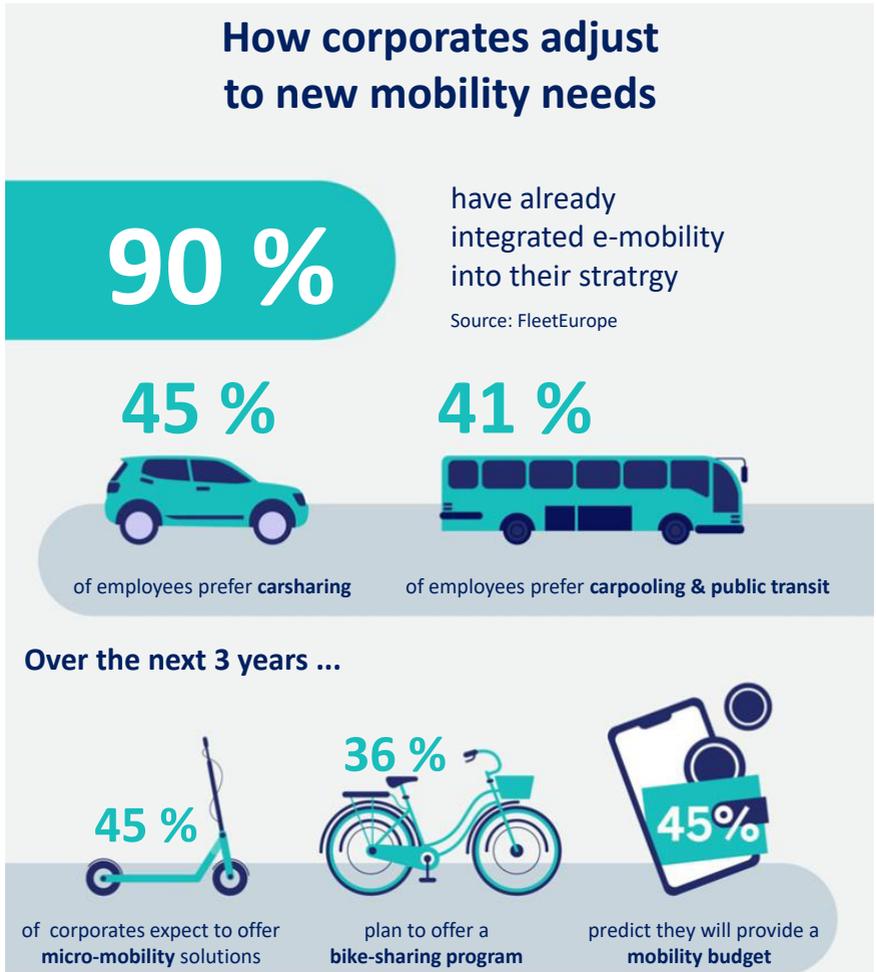


Abb. 1: Wie sich Unternehmen an neue Mobilitätsbedürfnisse anpassen [2]

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 immer mehr Menschen wünschen sich Alternativen zum Dienstwagen: Dataforce hat in einer Ende 2020 durchgeführten Markterhebung ermittelt, dass (von den 33 % aller Dienstwagennutzer*innen, die Veränderungen gegenüber offen sind) 20 % der Dienstwagennutzer*innen bereit wären, ein kleineres Auto zu fahren und dass 15 % von ihnen sogar ganz auf einen Dienstwagen verzichten würden (s. Abb. 2).

Welche Veränderungen?



- Ich kann mir vorstellen auf ein kleineres Modell umzusteigen.
- Ich kann mir vorstellen auf einen Dienstwagen umzusteigen.
- Ich kann mir vorstellen auf ein Jobrad umzusteigen.
- Ich kann mir vorstellen auf einen (E-)Roller umzusteigen.

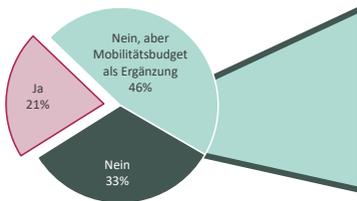
Abb. 2: Zu welchen Veränderungen Dienstwagenfahrer*innen bereit sind [3]

Zu ähnlichen Ergebnissen kommt das Öko-Institut in seiner im Herbst 2022 durchgeführten Marktbefragung, in der 21 % der Befragten angeben, auf den Dienstwagen verzichten zu wollen.

Ein Fünftel der Dienstwagen-Nutzenden ist bereit zum Umstieg

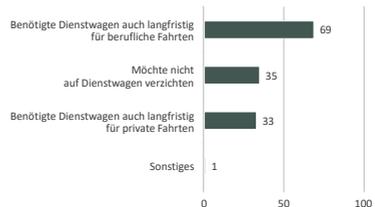


Dienstwagen langfristig durch Mobilitätsbudget ersetzen?



Anmerkung: Befragte Dienstwagennutzer*innen wurde folgende Frage gestellt: Könnten Sie sich vorstellen, dass ein Mobilitätsbudget* für Sie langfristig Ihren Dienstwagen ersetzt? n = 119

Gründe gegen einen langfristigen Wechsel vom Dienstwagen zum Mobilitätsbudget (Mehrfachauswahl)



Anmerkung: Befragte Dienstwagennutzer*innen, die sich nicht vorstellen können dass ein Mobilitätsbudget für Sie langfristig den Dienstwagen ersetzt. Mehrfachauswahl möglich, die Werte ergeben in Summe daher nicht 100 Prozent. Frage: Aus welchen Gründen können Sie sich nicht vorstellen, dass ein Mobilitätsbudget für Sie langfristig Ihren Dienstwagen ersetzt (Mehrfachauswahl)? n = 94.

Abb. 3: Zustimmung und Vorbehalte gegenüber dem Mobilitätsbudget [4]

3 Das Mobilitätsbudget – 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 unter Einbeziehung verschiedener Verkehrsmittel handelt.

Private Mobilität

In ihrer monatlichen Höhe variieren Mobilitätsbudgets in Abhängigkeit von der Zielgruppe im Unternehmen. Entscheidend ist, dass es sich immer um die private Mobilität der Mitarbeitenden handelt. Sofern ein*e Mitarbeiter*in Dienstwege oder Geschäftsreisen absolvieren muss, sollten zwei gesonderte Budgets festgelegt werden für die dienstliche und für die private Mobilität.

Steuerabzüge Mitarbeitende wie auch der Arbeitgeber müssen auf der Basis des Mobilitätsbudget-Betrags Lohnsteuer und ggf. auch Beiträge zur Sozialversicherung abführen, wobei für die einzelnen Verkehrsmittel unterschiedliche Steuerregelungen gelten (s. auch „Exkurs Lohnsteuer“ im Abschn. 6.1).

Neue 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 Mitarbeitenden 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.

Mobility as a Service

Andere Anbieter haben plattformbasierte, tief integrierte Ansätze auf der Basis von Mobility-as-a-Service(MaaS)-Plattformen. Der Kunde (= Mitarbeiter*in) 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 also.

4 Das Allroundtalent Mobilitätsbudget

Pariser Klimaziele

20 % aller Wege in der Personenmobilität sind Pendelwege (Statista). Dabei fahren zwei von drei Mitarbeitern/Mitarbeiterinnen mit dem Auto zur Arbeit und lediglich 14 % nutzen den ÖPNV (Statista). Im Auto sitzen durchschnittlich exakt 1,075 Personen (Statista). Auf dem Weg zur Arbeit steht der/ die Deutsche durchschnittlich 40 Stunden im Stau (Statista).

Die Schweizer Rückversicherung hat ermittelt, dass wir, wenn sich die Temperaturen weiter so erhöhen, zukünftig 20 % des weltweiten Bruttosozialprodukts 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 dem öffentlichen Personennahverkehr 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, und Unternehmen werden in ihrer Rolle als Arbeitgeber dabei zu einem wichtigen Multiplikator.

EU-Taxonomie-Verordnung

Im Übrigen – die neue EU-Taxonomie-Verordnung sieht u. a. vor, dass Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten (voraussichtlich bereits ab dem Berichtsjahr 2023) im Lagebericht ihres Geschäftsberichts erstmalig zur Pendelmobilität ihrer Belegschaft berichten müssen (im sog. Scope 3). Es ist davon auszugehen, dass Unternehmen, die nicht anhand konkreter Ergebnisse darlegen können, wie sie sich unternehmensweit für den Schutz des Klimas einsetzen, zukünftig erhebliche Einbußen bei der Bewertung durch ihre Gesellschafter und/oder Ratingagenturen erfahren werden.

Flexibilität

Gut für das Ergebnis der Unternehmen ist, dass Mobilitätsbudgets auch zur Kostensenkung beitragen können, denn sie bzw. ihre Komponenten sind flexibler und vor allem vertraglich anpassungsfähiger z. B. als Kfz-Leasingverträge, was sich bei einem geänderten Mobilitätsbedarf wie im Corona-Lockdown bereits als äußerst vorteilhaft erwiesen hat. Was

nicht benötigt wird, wird nicht genutzt bzw. nicht nachgefragt und verursacht somit auch keine oder geringere Kosten.

Mitarbeiter- bindung

Apropos „Anpassungsfähigkeit und Flexibilität“, beides bedeutsame Aspekte auch mit Blick auf die Attraktivität eines Unternehmens als Arbeitgeber – an dieser Stelle aus der Sicht der Mitarbeitenden. Ihr Konsumverhalten verändert sich stetig, flexiblere und bedarfsgerechtere Lösungen, die sich an den individuellen Lebenssituationen orientieren, werden immer bedeutsamer. Für die Familie mit kleinen Kindern ist möglicherweise der Dienstwagen die beste Lösung, während 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 perspektivisch zum neuen Statussymbol. Arbeitgeber, die ihren Beschäftigten Mobilitätsbudgets anbieten, reagieren auf diese geänderte Nachfrage und steigern damit ihre Attraktivität im Kampf um die besten Talente.

5 Wie gelingt die Einführung?

Mobilität gestaltet man am besten gemeinsam: Zur Einführung einer Mobilitätsbudget-Lösung empfiehlt es sich ein – möglichst diverses – Projektteam zu bilden aus:

- Fans und Ablehnern für die Verkehrsmittel Auto und ÖPNV,
- Älteren/Jüngeren,
- „Beginners“/„Seniors“ und
- verschiedenen Kulturkreisen.

Alle einbinden

Mit Blick auf die Fachabteilungen sollten u. a. der Fuhrpark, das Travelmanagement, der Personalbereich inkl. Benefits & Compensation, der Einkauf, das Controlling, das Nachhaltigkeitsmanagement (CSR), die interne Kommunikation, Steuer, Recht, Interne Kommunikation sowie der Betriebsrat, der Datenschutz und der/die Beauftragte für Informationssicherheit vertreten sein.

Ist-Situation ermitteln

Elementar ist zu Beginn die quantitative Feststellung der Ist-Situation – wie sieht der aktuelle Mobilitätsmix aus? Dazu können Dienstleister beauftragt werden, die anhand der Erfassung der Adressdaten der Wohnorte und der Verarbeitung weiterer Informationen darstellen, wie sich zum Beispiel die Pendelmobilität gestaltet: Wie viel Prozent der Mitarbeitenden kommen mit dem Auto, mit dem öffentlichen Verkehr, mit dem Rad oder zu Fuß zur Arbeit? Werden bereits Fahrgemeinschaften angeboten und genutzt?

Alternativen abbilden

Anhand sogenannter Isochronendiagramme kann auf der Basis der Ist-Daten dargestellt werden, welche Potenziale für die Anreise zum Arbeitsplatz bestünden: Wer wohnt in einem Zehn-Kilometer-Radius und könnte theoretisch mit dem Rad kommen? Welche Beschäftigten haben an ihrem Wohnort eine ÖPNV-Anbindung? Wo wohnen mehrere Mitarbeiter*innen an einem Ort, sodass sich Fahrgemeinschaften bilden ließen?

Darüber hinaus liefert eine qualitative Befragung der Belegschaft und des Managements weitere Basisinformationen: Was wird bei den bereits existenten Lösungen und Angeboten begrüßt, was wird vermisst?

Mithilfe der quantitativen und qualitativen Ergebnisse können erste Ziele formuliert und Maßnahmen festgelegt werden. Ob Jobtickets, Dienstradleasing, Fahrgemeinschaften, firmenei-

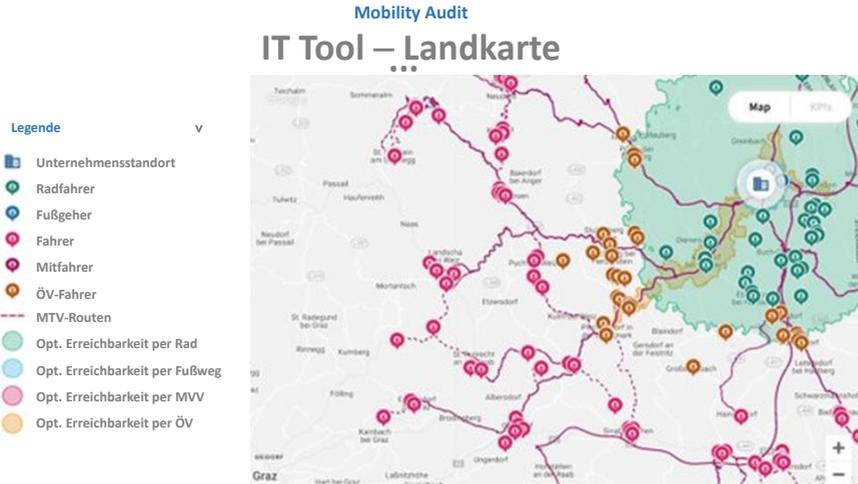


Abb. 4: Beispiel eines Isochronendiagramms [5]

gene (E-)Bike- und/oder (E-)Carsharing-Flotte – es gibt inzwischen zahlreiche gute Angebote, die Arbeitgeber dabei unterstützen, ihre betriebliche Mobilität weniger autofokussiert zu gestalten.

6 Mobilitätsbudget-Macher*innen

Wer den Markt nach Mobilitätsbudget-Lösungsanbietern sondieren möchte, recherchiert im Internet und/oder schließt sich der LinkedIn-Community Mobilitätsbudget Nutzer*innen & Macher*innen der Autorin an. In dieser Gruppe findet man alle relevanten Anbieter sowie viele weitere Informationen und Tipps rund um das Thema.

**Anbieter
aus dem
Mobilitäts-
bereich**

Die Anbieter kann man grob in zwei Gruppen unterteilen: Dienstleister,

1. die aus dem Mobilitätsbereich oder
2. aus dem Bereich der Corporate Benefits

kommen.

Dass sich Unternehmen wie die Deutsche Bahn, Lufthansa, BMW oder Audi entscheiden, Mobilitätsbudget-Services zu entwickeln und dafür mitunter sogar eigene Gesellschaften gründen, lässt sich leicht nachvollziehen.

**Corporate-
Benefit-
Anbieter**

Wie aber erklärt sich die Rolle der Corporate-Benefit-Anbieter? Der deutsche Gesetzgeber sieht eine Reihe von Sachbezügen vor, die der Arbeitgeber seinen Beschäftigten steuerbefreit oder steuerbegünstigt zur Verfügung stellen kann. Dazu gehören Gutscheine für das Mittagessen genauso wie Zuschüsse für die Homeoffice-Ausstattung oder für Genesungs- bzw. Erholungsmaßnahmen. Corporate-Benefit-Management-Anbieter unterstützen ihre Kunden in der effizienten und korrekten Abwicklung all dieser Benefits (= Sachbezüge). Diese Anbieter haben in der jüngeren Vergangenheit auch das Thema Mobilität für sich entdeckt und ihr Angebotsportfolio um die Abwicklung von Mobilitätsbudgets als Benefit erweitert.

Wer vor der Wahl eines Anbieters steht, sollte zunächst abwägen, ob er einem Anbieter aus dem Corporate-Benefit- oder aus dem Mobilitätsbereich den Vorzug gibt. Die Vor- bzw. Nachteile liegen auf der Hand – die Anbieter aus dem Mobilitätsbereich liefern professionelle Lösungen für den Benefit Mobilität – aber eben nur für diesen. Die Corporate-Benefit-Dienstleister managen ein breites Sachbezugsportfolio aus einer Hand, was vorteilhaft erscheint, wenn man

bedenkt, dass Beträge, die ursprünglich für Mobilität gedacht waren, im Laufe der Zeit eventuell teilweise für einen anderen Zweck (= anderen Sachbezug) verwendet werden. Tief integrierte Lösungen im Sinne eines One-Stop-Shops wird man bei diesen Anbietern allerdings eher selten finden.

6.1 Probieren geht über Studieren

Pilotprojekt

Nach der Auswahl des Anbieters kann zunächst ein Pilotprojekt vereinbart werden. Dieses liefert allen Beteiligten die nötige Flexibilität für etwaige Anpassungen. Aber Achtung – auch wenn es sich nur um den Piloten handelt, sollte daran gedacht werden, alle relevanten Stakeholder einzubinden. Die Zusammensetzung der Pilotgruppe ist idealerweise möglichst divers, aber nicht zu groß. Die Vorgehensweise ist mit Pragmatismus zu gestalten, auf aufwendige IT-Anbindungen kann (während der Pilotphase) in den meisten Fällen zugunsten eines straffen Zeitplans verzichtet werden.

Hilfreich sind eine ergebnisoffene Haltung und die Bereitschaft zum Lernen und Anpassen. Es darf davon ausgegangen werden, dass während der Pilotphase vieles gut gelingen wird, einiges aber auch nicht. Die Gründe dafür können vielfältig sein. Wichtig ist, sich klarzumachen, dass jedes Unternehmen und jeder Standort seine Besonderheiten haben, auf die eingegangen werden muss. Über die Erfahrungen – positive wie negative – sollte kontinuierlich transparentes Feedback an alle Stakeholder im Unternehmen gegeben werden.

Nach Abschluss des Pilotprojekts können nicht nur der zukünftige Dienstleister, sondern auch konkrete Ziele für den Veränderungsprozess und den zukünftigen Mobilitätsmix festgelegt werden.

Exkurs

Lohnsteuer

Während die Versteuerung von Dienstwagen reibungslos als bekannter Prozess abläuft, sehen sich die Unternehmen mit einigen Herausforderungen konfrontiert, wenn es um die korrekte Versteuerung der Bestandteile eines Mobilitätsbudgets geht:

- Wie sind Car- und Bikesharing-Beträge zu versteuern oder die Nutzung eines Auto-Abos?
- Wie erfolgt die korrekte Abrechnung eines Fahrrads aus einem Dienstradleasing-Modell?
- Ab wann ist eine BahnCard oder ein Jobticket steuerfrei?

Empfohlen wird an dieser Stelle die Lektüre „Sechs Thesen zum Mobilitätsbudget“, herausgegeben vom Öko-Institut als eine von mehreren Veröffentlichungen im Rahmen des Projekts compan-e. In der Unterlage wird die heute gültige steuerliche Behandlung der verschiedenen Verkehrsmittel durch eine Steuerfachexpertin ausführlich dargelegt [6].

Im Ergebnis wird deutlich, dass der Gesetzgeber noch gefordert ist, für eine einfachere Regelung der neuen, klimagerechten Mobilitätslösungen zu sorgen.

7 Wanted: Vorbilder & Haltung

Wer sich mit der Einführung und Verankerung eines Mobilitätsbudget-Angebots beschäftigt, sollte das Thema nicht nur als einen Teil der betrieblichen Mobilität definieren, sondern unbedingt wie oben dargelegt auch einen konkreten Bezug zu den Klimazielen sowie zum Employer Branding des Unternehmens herstellen. Ein Mobilitätsbudget hat für beide Themen großes strategisches Potenzial und erhält deshalb richtigerweise auch eine hohe Priorität in der Bewertung durch die Unternehmensleitung.

Vorbildfunktion Topmanagement

Darüber hinaus kann es als entscheidend bezeichnet werden, dass das Topmanagement oder einzelne seiner Mitglieder den angestrebten Wandel in der Mobilitätspolitik des Unternehmens aktiv vorleben: Wer mit dem „dicken“ Dienstwagen

vorfährt, wird genauso nachgeahmt wie jemand, der mit dem Rad oder der Straßenbahn kommt. Gibt es Rad fahrende oder den ÖPNV nutzende Topmanagement-Mitglieder als Vorbild, wird die Einführung und Durchsetzung von Push-&-Pull-Maßnahmen leichter gelingen.

Wer z. B. Mobilitätsbudgets an die gesamte Belegschaft gibt, um nachhaltiges Pendeln zu incentivieren, könnte die kostenfreien Parkplätze abschaffen oder denen vorbehalten, die zumindest zu zweit im Auto sitzen, wenn sie zur Arbeit fahren. Die Bahn bzw. der öffentliche Verkehr könnte anstelle des Autos als das bevorzugte Verkehrsmittel bei Dienstreisen und Geschäftswegen benannt werden. Und ob die unlimitierte Nutzung der Tankkarte des Dienstwagens auch weiterhin fürs Wochenende und für Urlaubsfahrten gelten soll, könnte im Unternehmen neu verhandelt werden. Eines ist dabei klar – dieser Wandel in der betrieblichen Mobilitätspolitik gelingt umso leichter, je mehr Personen aus dem Führungskreis bzw. je mehr Meinungsmacher*innen glaubwürdig mit ihrem eigenen Mobilitätsverhalten vorangehen.

Verzichtet werden darf demgegenüber darauf, alles Bisherige schlechtzureden, Autos zu verteufeln und Dienstwagen und deren Nutzer*innen sogar als gestrig zu bezeichnen. Dadurch entstehen nur unnötige Fronten. Stattdessen gilt es, Lust auf die neuen, attraktiven Angebote zu machen und dafür Botschafter*innen zu gewinnen.

8 Fazit

Ein Mobilitätsbudget ist ein moderner Alleskönner – es zahlt vor allem ein auf eine geänderte Nachfrage der Menschen und unterstützt Unternehmen gut bei der Erreichung ihrer Ziele in Sachen Arbeitgeberattraktivität und Klimabilanz.

Ein Mobilitätsbudget kann eine gute Alternative zum Dienstwagen bzw. zum eigenen Fahrzeug sein oder auch eine Pauschale zur Incentivierung nachhaltiger Pendelmobilität.

Aus seiner Einführung braucht man keine „Wissenschaft“ zu machen, dennoch ist eine Planung und eine Messung der jeweiligen Ergebnisse ratsam. Die Herausforderungen rund um die lohnsteuerlichen Aspekte sind gegeben, können aber als beherrschbar eingestuft werden.

Erfolgsrelevant sind Vorbilder und Multiplikatoren, die aus Überzeugung zu Botschafter*innen einer neuen Mobilität werden. Personen, die zeigen, dass man auch ohne eigenes Auto gut mobil sein kann und dies im Sinne unseres Klimas – unserer Lebensversicherung.

Quellen

- [1] <https://nexusinstitut.de/benamo-begleitforschung-nachhaltige-mobilitaet/>
- [2] <https://www.fleeteurope.com>
- [3] <https://www.dataforce.de>
- [4] <https://www.compan-e.de>
- [5] <https://www.triply.com>
- [6] Öko-Institut: **Sechs Thesen zum Mobilitätsbudget** (29.09.2022)

