

Mobilität ist der neue Bonus

Sind Benefits gleichermaßen bei allen Mitarbeitenden beliebt? Eher nicht. Wer welche präferiert, hängt vom Alter und der Lebensphase ab. Können sie darüber hinaus flexibel ausgewählt werden, sind sie ein attraktives Extra. Mobilitätsbudgets werden besonders nachgefragt.

Unternehmen tun gut daran, ein breites Benefit-Portfolio anzubieten, das einer diversen Belegschaft über möglichst viele Auswahloptionen einen erlebbaren Mehrwert bietet. Mit attraktiven Gehaltsextras können sie sich im Kampf um Talente von der Konkurrenz abheben. Mitarbeitendenbefragungen helfen darüber hinaus, konkrete Bedarfe zu ermitteln. Dabei zeigt sich branchenübergreifend ein steigendes Interesse an Benefits, die in Zeiten von Inflation den Geldbeutel spürbar aufbessern. Viele Unternehmen haben ihr Budget hierfür erhöht, wie eine aktuelle Studie von DGFP und Kienbaum zeigt. Extras wie ein Essens- oder Fahrtkostenzuschuss sind generationsübergreifend gefragt. Arbeitgeber sollten ihr Benefit-Angebot flexibel gestalten, indem sie die Mitarbeitenden wählen lassen, wie sie über ein Budget individuelle Präferenzen setzen.

Eine Generationenfrage

Wann bleiben Mitarbeitende ihrem Arbeitgeber treu, und wann entscheiden sie sich, zu wechseln? Um diese Frage zu beantworten, lohnt sich der Blick auf die Bedürfnisse verschiedener Generationen. Mitarbeitende der Generationen X und Y legen eher Wert darauf, ihre Skills weiterzuentwickeln. Auch halten sie flexible Arbeitszeit- und Homeoffice-Angebote für selbstverständlich. Ältere Mitarbeitende dagegen sind tendenziell an Angeboten rund um Wellbeing oder einer betrieblichen Altersversorgung interessiert. In der Lebensmitte erhoffen sich die Stelleninhaber, bei der Familienplanung durch Kinderbetreuungsangebote oder Angebote zur Pflege der Angehörigen unterstützt zu werden.

Bei der Mobilität zeigt sich ein Paradigmenwechsel. Dienstwagen verlieren bei Jüngeren an Relevanz. Bei der Loft Film GmbH beträgt der Altersdurchschnitt der Mitarbeitenden 20 bis 30 Jahre. „Für viele Kollegen ist das Auto kein Statussymbol mehr; sie wollen nachhaltige Verkehrsmittel nutzen, etwa einen Zuschuss zum ÖPNV, einen E-Roller oder ein Firmenfahrrad“, sagt Peter Kirchlechner, Business Analyst. Die Münchener Online-Marketingagentur offeriert ihren 48 Mitarbeitenden das Portfolio von Lofino, bestehend aus einem Essenszuschuss („Lunch“), einem Mobilitätsbudget („Mobility“), einem Erholungspaket („Fit & Relax“) und einem Zuschuss zur Internetkommunikation („Web“).

„Da wir eine sehr homogene Mitarbeiter-schaft mit ähnlichen Bedürfnissen haben, bieten wir für alle die gleichen Gehaltsextras an. Allerdings ist die Ausgestaltung sehr individuell“, sagt Kirchlechner. So können die Mitarbeitenden selbst entscheiden, wie sie ihr Budget auf die einzelnen Benefits aufteilen. „Die Gehaltsextras, die jeder on top erhält, sind der entscheidende Pluspunkt bei der Arbeitgeberwahl“, so seine Erfahrung: „Die Benefits werden zu hundert Prozent genutzt, bei sehr hoher Resonanz.“

Unternehmen entscheiden frei über die Höhe des Budgets: Dieses kann zwischen 49 Euro im Monat für ein Deutschlandticket und bis zu 1000 bis 2000 Euro für einen Vertriebsleiter sein, der mit dem E-Auto seine Kunden besucht. Viele Unternehmen steigen vom teuren Dienstwagen auf eine nachhaltige Lösung um, die es Mitarbeitenden ermöglicht, das Mobilitätsbudget für unterschiedliche Fortbewegungsmittel einzusetzen – zum Beispiel für ein Zugticket

oder ein E-Bike, auch abhängig von der Jahreszeit. Handelt es sich um eine staatlich geförderte Mobilitätsform, haben sowohl der Arbeitnehmer als auch der Arbeitgeber Steuervorteile. Für die Mitarbeitenden heißt das: Sie erhalten ihr Budget auf Grundlage der eingereichten Belege steuerfrei oder zu einem reduzierten Steuersatz zum Gehalt dazu.

Ausgleich für viele Stunden am Laptop

In der Consultingbranche ist der Wettbewerbsdruck hoch. Das spürt auch Thyssenkrupp Management Consulting, die interne Beratung von Thyssenkrupp. „Nur wer Benefits anbietet, kann am Markt mithalten, und für unsere junge Belegschaft spielen sie eine wichtige Rolle“, sagt Kristin Pogorzelski, Senior Expert HR Coordination. Die Berater und Beraterinnen arbeiten beim Kunden vor Ort, in der Essener Zentrale und in vielen Fällen auch im Homeoffice. Da flexibles Arbeiten gefragt ist, ist für viele Beschäftigte der Internetzuschuss attraktiv; auch das Freizeit- und Erholungsangebot „Fit & Relax“ wird gern genutzt, „um einen Ausgleich für die vielen Stunden am Laptop zu schaffen“.

Darüber hinaus offeriert das Beratungsunternehmen ein Mobilitätsbudget, das die Mitarbeitenden vor allem am Wochenende oder im Urlaub einsetzen. Sie können in der Lofino-App auf ein breites Portfolio zugreifen: „Gefragt sind E-Scooter, Fahrräder oder auch Taxis für die Heimfahrt nach privaten Veranstaltungen“, sagt Pogorzelski. Das verfügbare Budget können die Mitarbeitenden nach Gusto aufteilen und jeden Monat umstellen. Die Nutzungsrate liegt bei 95 Prozent, „wobei ein großer

Anreiz ist, dass die Benefits auch privat und nicht nur während der Arbeitszeit genutzt werden können.“ Das Reporting gibt Aufschluss darüber, welche Benefits im Einzelnen mehr oder weniger in Anspruch genommen werden. Pogorzelski: „So können wir das Portfolio bei Bedarf umschichten, und ich kann dazu anregen, auch andere, nachhaltigere Fortbewegungsmittel auszuprobieren, um die Vielfalt zu nutzen.“ Bei der Consultingfirma erhalten neue Mitarbeitende eine Information zum Benefit-Programm. Danach sind sie für die Einreichung der Belege selbst verantwort-

lich. Das soll vom ersten Tag an das Commitment und die Zugehörigkeit stärken.

Die App sei benutzerfreundlich und leicht zu bedienen, lautet das Feedback zur User Experience bei der Loft Film GmbH: „Die App macht einfach Spaß, und zum besseren Verständnis hat beigetragen, dass wir jedem neuen Mitarbeiter im Rahmen des Onboardings ein Erklärvideo zum Prozess an die Hand geben“, sagt Kirchlechner. Auch lasse sich eine digitale Lösung gut in den Arbeitsablauf integrieren. Fängt ein Mitarbeiter neu an, kümmert sich das Start-up

um die Kontoerstellung mit Zugangsdaten. Eine digitale Plattform erleichtert die Administration und das Reporting: Mit einer digitalen Lösung können alle Benefits gebündelt und vom Benefit-Anspruch bis in die Lohnbuchhaltung automatisiert werden. Das entlastet die Personalabteilung. ●

Wolf-Johannes Windisch
Head of Marketing, LOFINO GmbH, Berlin
johannes.windisch@lofino.de

Tobias Exner
Head of Product, LOFINO GmbH, München
tobias.exner@lofino.de

Annette Neumann
Freie Journalistin, Berlin

