

PRESSEMITTEILUNG

Mittagstalk – MVFP Bayern: „New Mobility – mit dem Fahrrad zur Arbeit“

Die Wandlung von Mobilitätskonzepten und die wachsende Bedeutung von Dienstfahrrädern als Benefits für Mitarbeitende in Medienhäusern standen im Fokus des Mittagstalks, der am 12. Juli 2022 unter dem Motto „New Mobility – mit dem Fahrrad zur Arbeit“ stattfand. Leidenschaftlich gingen die vier Referierenden auf die Relevanz des Fahrradfahrens ein und verdeutlichten, wie die Zufriedenheit der Mitarbeitenden durch bessere Gesundheit, geringere Kosten und höhere Umweltverträglichkeit gesteigert werden kann.

München 13. Juli 2022. „Fahrradfahren ist in den letzten zwei Jahren immer beliebter geworden, wie die Zahlen des Fahrrad-Monitors 2021 verdeutlichen. Demnach fahren 25 Prozent der Deutschen häufiger mit dem Rad zur Arbeit als vor der Pandemie – in München sind es sogar 37 Prozent. 38 Prozent der Befragten gaben an, täglich oder mehrmals die Woche zu radeln. Hier kommt München auf einen Spitzenwert von 53 Prozent. Die Hauptgründe für das Fahrradfahren – Umwelt, Gesundheit und Kosten – sind genau die Themen, die unsere Gesellschaft und CSR-orientierte Unternehmen momentan intensiv beschäftigen.“ Mit diesen Worten begrüßte Sylvia Schönfelder, stellvertretende Vorsitzende des MVFP Bayern und Director Human Resources WEKA Business Communication, die zahlreichen Gäste des spannenden Mittagstalks, durch den sie gemeinsam mit der Geschäftsführerin der bayerischen Landesvertretung des MVFP, Anina Veigel, führte.

Zum Auftakt berichtete Burkhard Stork, Geschäftsführer ZIV Zweirad-Industrie-Verband, den Teilnehmenden über die Renaissance des Fahrrads und den Bedeutungsgewinn in den letzten Jahren. Im vergangenen Jahrzehnt stieg der Umsatz in der Fahrradindustrie von 2 auf 6,5 Milliarden Euro pro Jahr, was vor allem auf den Boom bei den E-Bikes zurückgeht. Und der Trend hält an. „Der Fahrradbestand wächst weiter kontinuierlich und im nächsten Jahr wird die Zahl der Fahrräder erstmals die Einwohnerzahl in Deutschland überschreiten“, so Stork. „Im Alltag sind Wege bis 5 Kilometer sehr gut mit dem Fahrrad zu bestreiten. Mit einem E-Bike oder Pedelec können auch Wege zwischen 5 und 15 Kilometer sehr gut gefahren werden. Damit sind 75 Prozent aller Wege, die die Deutschen im Alltag zurücklegen, abgedeckt. Das gilt sowohl für die Stadt, wie für den ländlichen Raum.“ Er plädiert dafür, dass die Politik in die Infrastruktur investiert und die zur Verfügung stehenden Gelder abrufen. Auch die Unternehmen können einen wertvollen Beitrag zur Mobilitätswende leisten, indem sie passende Angebote für die Mitarbeitenden bereitstellen.

Anschließend forderte Hartmut Ulrich, Geschäftsführer BVA BikeMedia, für das Fahrrad eine zentrale Rolle im Kulturwandel der Mobilität. Neben Umwelt- und Gesundheitsgründen entlastet das Fahrrad die Innenstädte und hat einen positiven Einfluss auf das Erleben der

eigenen Umgebung. Aber gerade da das Fahrrad in Konkurrenz zu anderen klassischen Fortbewegungsmitteln steht, muss es von uns allen aktiv gefördert werden. „Umdenken müssen wir alle bei E-Bikes. Diese haben ein enormes Potential für längere Strecken und können neue Zielgruppen erreichen. Die Industrie bietet mittlerweile Modelle an, die Design und Convenience bestens miteinander verbinden.“

Er betont, dass das Fahrrad besonders für Medienhäuser ein ideales und facettenreiches Thema ist. Gibt es ein entsprechendes Programm für die Arbeitnehmer, profitieren diese gesundheitlich, psychologisch und sportlich. Der Arbeitgeber kann Employer Branding, CSR und Klima-Bewusstsein in der Eigen-PR nutzen.

Abschließend referierten Hubertus von Selchow, Leiter Arbeits- und Sozialrecht Hubert Burda Media, und Simon Schön, Manager Compensation & Benefits Hubert Burda Media, über die Jobradinitiative „BurdaBike“ des Medienunternehmens. Zu Beginn mussten viele Fragen nach Aufwand, Kosten und Flexibilität geprüft werden. Lösungen fanden sich letztlich für alle Herausforderungen, sodass mittlerweile 600 Mitarbeitende für das BurdaBike-Angebot registriert sind und 50 Prozent mehr Pendlerinnen und Pendler mit dem Fahrrad zur Arbeit kommen als zuvor. Hubert Burda Media nutzt einen etablierten Anbieter, der das Handling von der Fahrradauswahl bis zur Übergabe komplett übernimmt. Mit pragmatischen und komplett digitalen Prozessen zur Administration des internen Aufwands ist der Benefit durch Einsparungen der Sozialversicherung in der Entgeltumwandlung fast kostenneutral und kann dadurch querfinanziert werden. Die Mitarbeitenden leasen die eher hochpreisigen Bikes über 36 Monate und können sie danach zurückgeben oder zum Restwert erwerben. Im Rahmen der Aktion greifen Zweidrittel der Mitarbeitenden auf E-Bikes zu, was das Potential dieser Sparte aufzeigt.

„Employer Branding ist das Thema unserer Zeit. Hier spielen Nachhaltigkeit und Mobilität eine zentrale Rolle, die Mitarbeitenden zu begeistern und im Unternehmen zu halten. Entscheidend sind hierbei niedrigschwellige Fahrradangebote für Arbeitgeber und Arbeitnehmer, welche bereits am Markt bestehen. Alle Unternehmen – unabhängig von ihrer Größe – können diese direkt einsetzen und somit einen passenden Mobilitätsmix anbieten“, so Anina Veigel, Geschäftsführerin MVFP Bayern.

Über den MVFP Bayern (ehemals VZB):

Der MVFP Bayern – ehemals Verband der Zeitschriftenverlage in Bayern (VZB) - ist die bayerische Landesvertretung des MEDIENVERBAND DER FREIEN PRESSE. Erster Vorsitzender ist Horst Ohligschläger, CEO Roularta Media Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von rund 100 bayerischen Zeitschriftenunternehmen (u.a. Hubert Burda Media, Condé Nast Verlag, Vogel Communications Group, Wort und Bild Verlag). Seit seiner Gründung 1948 ist es die Hauptaufgabe des Verbandes, bayerische Verleger bei grundlegenden unternehmerischen Herausforderungen zu unterstützen.

MVFP Bayern

Friedrichstraße 22

80801 München

Telefon: 0 89/28 81 27-0

Telefax: 0 89/28 81 27-27

E-Mail: bayern@mvfp.de

Website: www.v-z-b.de