

Propositie Platform Slim Werken Slim Reizen

Voorstel voor vervolg TFMM

16 december 2010

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
1 Naar Slim Werken Slim Reizen	4
1.1 Evaluatie aanpak tot nu toe	4
1.2 Werkwijze Platform Slim Werken Slim Reizen	5
1.3 Effect vergroten door samenwerken in samenhang	6
1.4 Doelstelling Platform.....	7
2 Communicatie en delen van kennis	9
2.1 Uitgangspunten.....	9
2.2 Doelstelling: er wordt gepraat over SWSR.....	9
2.3 Doelstelling: partijen kunnen eenvoudig kennis en ervaringen delen.....	9
2.4 Doelstelling: er is samenhang in communicatie-uitingen.....	10
2.5 Ontwikkeling van webportal	10
3 Rol regionale partijen	11
3.1 Regionale initiatieven, anno 2010.....	11
3.1.1 Hoe zorgen de regionale partijen voor inspireren en activeren?	11
3.2 Wat kan beter?	12
3.3 Betekenis van het Platform SWSR voor regionale initiatieven.	12
3.3.1 Kennisdelen	13
3.3.2 Communicatie	13
3.3.3 Wegnemen belemmeringen	13
3.3.4 'Goed voorbeeld doet volgen'	14
3.3.5 Regio-overstijgende thema's	14
3.4 Wat wordt verwacht van de regionale initiatieven; welk vervolg?.....	14
4 Rol beeldbepalende werkgevers	16
4.1 Wie zijn deze beeldbepalende werkgevers?	16
4.2 Wat wil de B50 bereiken?	17
4.3 De B50 maken meters door uitvoering van hun programma	18
4.4 De B50 zijn 'mean and lean' georganiseerd.....	21
4.5 B50 stellen 50/50 financiering met Rijk voor	22
5 Rol organisaties gericht op werknemers	23
5.1 Welke partijen spelen een rol?.....	23
5.2 Wat kan beter?	25
5.3 Wat levert het op?.....	25
6 Rol overige partijen	26
7 Organisatie Platform SWSR	29

8	Financiering	32
	A. Bijlage Overzicht beeldbepalende werkgevers (B50)	34

1 Naar Slim Werken Slim Reizen

De bereikbaarheid van Nederland staat onder druk. De afgelopen jaren is een brede overtuiging ontstaan dat het werken aan bereikbaarheid niet een taak is van de overheid alleen. De SER benadrukte in zijn advies van december 2006 al dat het bedrijfsleven een belangrijke rol kan spelen bij het verbeteren van de bereikbaarheid. Deze prominente rol voor het bedrijfsleven staat centraal in dit voorstel. Doel van het voorstel is om aan te geven op welke wijze verschillende partijen gezamenlijk een bijdrage gaan leveren aan het verbeteren van de regionale bereikbaarheid in Nederland.

De voorgestelde aanpak sluit naadloos aan op het regeerakkoord, waarin staat vermeld dat de 'overheid samen met het bedrijfsleven werkt aan aanvullende maatregelen ter bestrijding van files, zoals parkeer- en reisvoorzieningen, transferia, carpooling, goede fietsvoorzieningen, incidentmanagement en de intensivering van telewerken'.

1.1 Evaluatie aanpak tot nu toe

Om overheid en werkgevers gezamenlijk aan de verbetering van de bereikbaarheid te laten werken, is op advies van de SER de Taskforce Mobiliteitsmanagement ingesteld. Doel was om werkgevers en regionale overheid gezamenlijke niet vrijblijvende afspraken te laten maken over hun bijdrage aan de bereikbaarheid. Als 'stok achter de deur' fungeerde een ministeriële regeling onder de Wet milieubeheer met verplichtingen voor werkgevers op het gebied van mobiliteitsmanagement.

De Taskforce bestaat uit vertegenwoordigers van de sociale partners, de decentrale overheden, het bedrijfsleven, ANWB, Stichting Natuur en Milieu en de Rijksoverheid. De Taskforce heeft haar voorstellen in september 2008 in de vorm van een advies aangeboden aan het kabinet, dat vervolgens de Taskforce heeft gevraagd om de voorgestelde plannen te realiseren.

In de kabinetsreactie is aangekondigd dat er in 2010 een evaluatie zou worden uitgevoerd naar resultaten van de Taskforce. Het rapport van de beleidsevaluatie is in september 2010 verschenen. Uit deze evaluatie komt naar voren dat de Taskforce in staat is geweest om in een groot aantal regio's mobiliteitsmanagement in gang te zetten. Ook blijkt dat mobiliteitsmanagementmaatregelen daadwerkelijk een gunstig effect hebben op het aantal autokilometers in de spits en daarmee een bijdrage leveren aan de bestrijding van congestie. Hiermee is een eerste stap gezet naar 5 procent reductie van het aantal autokilometers in de spits.

In het evaluatierapport wordt het proces van de Taskforce vergeleken met een innovatieproces. De nadrukkelijke betrokkenheid van private partijen bij een maatschappelijk probleem zoals de bereikbaarheid is nieuw. Hiermee bevond de Taskforce zich in de eerste fase van innovatie: de vraagarticulatie. De vraagarticulatie vanuit de werkgevers heeft zich de afgelopen jaren ontwikkeld. In het begin lag het accent van de Taskforce op mobiliteitsmanagement. Dit betrof primair het stimuleren

van alternatieve vervoersmodaliteiten. Dit is verbreed met het voor de bereikbaarheid relevante deel van *Het Nieuwe Werken*. Dit sluit goed aan bij de behoeften van werkgevers en werknemers: de keuze waar, wanneer en hoe men werkt.

Deze nieuwe beweging wordt 'slim werken slim reizen' genoemd en probeert een optimale combinatie te realiseren tussen bereikbaarheid en mobiliteitsmanagement en Het Nieuwe Werken. De verbreding met Het Nieuwe Werken maakt het voor werkgevers extra aantrekkelijk om te participeren, aangezien zij met slim werken en slim reizen mede bijdragen aan de sociale innovatie en concurrentiekracht van Nederland.

Hierbij is sprake van een vraaggerichte aanpak die stoelt op drie pijlers: het initiatief van de circa vijftig beeldbepalende werkgevers (B50), de werkgevers en het lokale bestuur in de convenantregio's (hierna: de regio's) en de partijen die met hun aanbod zorgen voor inspiratie en activatie van werknemers (hierna: werknemerspijler). Het Rijk speelt hierbij een belangrijke rol van beleidsmaker, wet- en regelgever en (mede) financier.

De rol van de (regionale) overheid is aan verandering onderhevig. Van regionale overheden en door overheden gesubsidieerde intermediaire organisaties wordt verwacht dat zij de randvoorwaarden hebben gecreëerd voor het tot stand komen van een gezonde markt van aanbieders van producten en diensten op het gebied van SWSR. Voor het snel volwassen maken van de markt en het versnellen van de transitie richting SWSR is het van belang dat overheden zich beperken tot die rollen die niet (zelfstandig) door de markt opgepakt kunnen worden. Hierdoor ontstaat transparantie van het aanbod van producten en diensten en een 'level playing field' op het gebied van SWSR.

1.2 Werkwijze Platform Slim Werken Slim Reizen

De werkwijze en organisatievorm van de Taskforce sloten aan bij deze eerste fase van innovatie. In de volgende fase in het innovatieproces staat verspreiding, verdieping en versnelling centraal. De organisatievorm moet de verspreiding van de initiatieven op het gebied van slim werken slim reizen ondersteunen. Het komt er nu op aan dat grotere aantallen werkgevers, in afstemming met het proces in de regio's, maatregelen treffen om de gewenste olievlek tot stand te brengen. Met aansprekende projecten en voorbeeldgedrag. Met een pakkende communicatie over een nieuwe 'lifestyle'.

Hierbij is een belangrijke rol weggelegd voor organisaties die zich richten op werknemers, zoals vakorganisaties, en voor organisaties die zich met hun campagnes richten op het inspireren van werknemers. Hierdoor raken werknemers vertrouwd met het fenomeen Slim Werken en Slim Reizen. Ook krijgen werknemers hierdoor de benodigde kennis en informatie om zo nodig het gesprek met hun werkgever aan te gaan over slim werken en slim reizen. Onderzoek wijst uit dat van de circa 4 mln medewerker die flexibeler zouden kunnen werken (en daardoor de spits zouden

kunnen mijden), slechts 1,6 mln dit daadwerkelijk doet (waarvan 800.000 regelmatig)¹. Deze groep van 1,6 mln werknemers bestaat deels uit medewerkers die graag flexibel werken, maar bevat ook medewerkers die dit doen, terwijl zij dit liever niet zouden doen. In potentie is er nog een ruime 2 mln medewerkers die meer flexibel kunnen werken, waarvan ruim een derde dit ook graag actief zou doen. De initiatieven op het gebied van slim werken slim reizen zouden om te beginnen deze laatste groep van circa 700.000 medewerkers moeten activeren om hun werk- en reisgedrag (blijvend) aan te passen.

Nu het onderwerp verbreed is met het voor bereikbaarheid relevante deel van Het Nieuwe Werken, is het een krachtig signaal om de organisatie een voorbeeld te laten zijn van personen en organisaties die optimaal flexibel samenwerken (practise what you preach). Van mensen die elkaar opzoeken aan de hand van verschillende inhoudelijke thema's. Deze netwerkbenadering krijgt vorm in het Platform Slim Werken Slim Reizen (SWSR). Het Platform is een netwerkorganisatie, waarin de betrokken partijen zelf bepalen op welke wijze zij hun doelstellingen willen behalen. Zij richten zich op die zaken die voor hun eigen organisatie of achterban belangrijk zijn. De betrokken partijen nemen deel omdat zij geloven in de kracht en winst van afstemming en verbinding. Zij zien het netwerk als middel om hun individuele doelen te behalen, waardoor zij indirect bijdragen aan het verbeteren van de bereikbaarheid. Een formele afspraak over deelname lijkt overbodig; er is sprake van een win-win-situatie voor de partijen. Daardoor zullen partijen niet (snel) afhaken.

1.3 Effect vergroten door samenwerken in samenhang

De kracht van het Platform zit in de verbindende factor. Juist door de krachten te bundelen, kunnen de verschillende initiatieven elkaar versterken. Door onder een gemeenschappelijke noemer naar buiten te treden en de communicatie over de activiteiten op elkaar af te stemmen. Door kennis en ervaring uit te wisselen en zo van elkaar te leren. En door gezamenlijk voorstellen te doen, bijvoorbeeld voor het wegnemen van barrières in de regelgeving. De partijen hebben elkaar nodig voor het realiseren van hun doelstellingen. De beeldbepalende werkgevers kunnen het proces in de regio's versnellen door als ambassadeur op te treden in de regio en zo het aantal deelnemende werkgevers te vergroten. Omdat de implementatie van de maatregelen daadwerkelijk gebeurt in de decentrale vestigingen, is het belangrijk om de aanpak van de B50 af te stemmen met de aanpak in de regio's en met de partijen die zich richten op werknemers direct. Voor de partijen uit de werknemerspijler geldt dat zij zich met hun campagnes en activiteiten zowel via werkgevers richten op werknemers, als op werknemers direct. Daarbij is het dus noodzakelijk dat zij in goed overleg met de werkgevers en de regio's een op elkaar afgestemde aanpak kiezen. Een recent voorbeeld van een succesvolle samenwerking tussen alle partijen is de campagne *Het Nieuwe Werken doe je zelf*. In hoofdstuk 2 is nader beschreven hoe het Platform de

¹ Onderzoek Blauw Research 2010

afstemming tussen de verschillende pijlers op het gebied van communicatie en kennisdeling wil faciliteren.

1.4 Doelstelling Platform

Het hoofddoel van het Platform Slim Werken Slim Reizen is het versnellen, opschalen en professionaliseren van het effect van initiatieven op het gebied van mobiliteitsmanagement en Het Nieuwe Werken, met als effect dat slim werken slim reizen 'business as usual' is geworden. De betrokken partijen richten zich primair op het realiseren van hun eigen doelstellingen. Daarnaast is er sprake van doelstellingen per pijler. Tot slot spreken de betrokken pijlers gezamenlijk de ambitie uit om met hun initiatieven bij te dragen aan maatschappelijke doelstellingen. Door zich te richten op hun eigen doelstellingen, leveren zij indirect een actieve bijdrage aan de realisatie van de verbetering van de bereikbaarheid, milieu en sociale innovatie.

De doelstellingen van het Platform vormen de resultante van de door de verschillende pijlers in hun eigen deelplan opgenomen doelstellingen.

De concrete doelstelling, gebaseerd op de regionale convenanten, waaraan ook de andere pijlers een bijdrage leveren is:

- **Reductie van autokilometers in de spits in de convenantregio's met 5% en een overeenkomstige reductie van emissies.**

De doelen per pijler en van de individuele partijen zijn nader uitgewerkt in de volgende hoofdstukken. Hierbij wordt onderscheid gemaakt in doelstellingen tot 2012 en doelstellingen die gelden voor de periode tot 2015. De eerder gemaakte afspraken in de regionale convenanten gelden immers tot 2012. Omdat partijen van mening zijn dat het langere tijd kost om de effecten van de in gang gezette beweging te bereiken, spreken zij de intentie uit om voor een langere periode voor afstemming en samenwerking te zorgen. Door de aanpak op elkaar af te stemmen en zo samen te werken, worden de doelstellingen sneller gerealiseerd. Door de samenwerking tussen B50, regio's en partijen die zich richten op werknemers, wordt ook het mkb gemobiliseerd, waardoor de nodige massa kan worden behaald. De meerwaarde van het Platform bestaat uit samenwerking en afstemming.

De partijen maken gezamenlijke afspraken over het monitoren van de doelen per pijler. Iedere pijler zorgt voor monitoring van de eigen inspanningen en rapporteert daarover in het Platform. Op Platformniveau worden afspraken gemaakt over de monitoring van de mate waarin de ambitie richting maatschappelijke doelstellingen is gerealiseerd.

De Taskforce heeft een goede eerste aanzet gedaan voor de realisatie van de maatschappelijke doelstellingen. Nu is de tijd gekomen om in het Platform SWSR de lopende initiatieven in de regio's en de door de circa vijftig beeldbepalende werkgevers voorgenomen activiteiten optimaal op elkaar af te stemmen. De initiatieven in het kader van het Platform richten zich primair op de maatregelen die hun beslag krijgen in de relatie tussen werkgever en werknemer. De andere in het regeerakkoord genomen maatregelen worden naar verwachting uitgewerkt onder het rijksprogramma 'Beter Benutten'. Vanzelfsprekend zal in de werkwijze van het Platform nauwe aansluiting worden gezocht bij dit programma.

Dit document beschrijft welke partijen betrokken zijn bij het Platform Slim Werken Slim Reizen. In hoofdstuk 2 zijn de uitgangspunten en de doelstellingen voor de communicatie opgenomen. In de hoofdstukken 3 t/m 6 is de rol beschreven van de verschillende partijen en zijn de initiatieven van deze partijen nader uitgewerkt. Hoofdstuk 7 beschrijft de beoogde wijze van samenwerking en de organisatie die dit mogelijk moet maken. Hoofdstuk 8 geeft tenslotte de begroting weer.

2 Communicatie en delen van kennis

Communicatie en het delen van kennis zijn cruciaal om de samenwerking in het Platform te optimaliseren. Communicatie tussen en met de vele betrokkenen, maar ook met de omgeving. In dit hoofdstuk worden de uitgangspunten en doelstellingen voor de communicatie beschreven.

2.1 Uitgangspunten

- Het Platform stelt de kaders voor de communicatie.
- Iedere partij blijft verantwoordelijk voor de uitvoering van zijn eigen communicatie.
- De communicatie-inzet van het Platform richt zich op de meerwaarde van samenhang en is complementair aan die van de partijen zelf.

2.2 Doelstelling: er wordt gepraat over SWSR

Een gerichte communicatie-inzet kan bijdragen aan de doelstelling om het proces te versnellen. De focus van het Platform ligt daarbij niet op het (traditionele) zenden; een dergelijke aanpak past niet bij het beeld dat er is van de nieuwe organisatie en de transitiefase waarin de partijen zich bevinden.

De overtuiging is dat individuen/organisaties zich maar minimaal laten beïnvloeden door communicatie-uitingen van een (landelijk) Platform. Dit wordt ook bevestigd door actueel onderzoek: mensen laten zich vooral beïnvloeden door hun naaste omgeving, zoals collega's, vrienden, vakgenoten en familie. De sociale context is heel belangrijk.

De communicatie-inspanningen van het Platform moeten er dan ook vooral op zijn gericht om het gesprek op gang te brengen over SWSR, om ervoor te zorgen dat mensen met elkaar gaan praten over een andere manier van werken en reizen. Dit kan ondermeer door een actief persbeleid en inzet van sociale media. Het is hiervoor belangrijk om boodschappen te formuleren die eenvoudig zijn door te vertellen. Het Platform moet kiezen voor een moderne communicatiestrategie, die ook goed past bij een slimmere manier van werken en reizen.

2.3 Doelstelling: partijen kunnen eenvoudig kennis en ervaringen delen

Vanuit de betrokken partijen is veel behoefte aan het delen van kennis en ervaringen (zowel over proces als inhoud). Hiervoor ligt een rol bij het landelijke Platform. Om het delen van kennis en ervaringen verder te faciliteren en stimuleren, zet het Platform een goede portalinfrastructuur op en organiseert het bijeenkomsten.

Een goede webportal kan een belangrijke bijdrage leveren aan het behalen van de doelstellingen. Het tot stand brengen (en vervolgens houden) van een portal is een ambitieus traject.

Naast een virtuele omgeving om kennis en ervaringen te delen, zal het Platform een aantal bijeenkomsten organiseren en faciliteren. Vaak zal een specifiek thema of groep

centraal staan. Een keer per jaar is er een groot congres (Experience) en/of campagneweek voor een breed publiek.

2.4 Doelstelling: er is samenhang in communicatie-uitingen

Een veel genoemd knelpunt is de 'versnippering' van communicatie-uitingen en middelen op het gebied van Slim Werken en Slim Reizen. Er zijn veel organisaties en individuen die – allen op hun eigen wijze en met hun eigen boodschap - communiceren over thema's die te maken hebben met Slim Werken en Slim Reizen. Het landelijke Platform kan een rol spelen in het creëren van meer samenhang. Dit kan door het opzetten van een portalinfrastructuur en het 'branden' van *Slim Werken en Slim Reizen*.

Het helpt de betrokken partijen als *Slim Werken Slim Reizen* een algemeen bekend begrip is; zij kunnen daardoor sneller resultaten boeken. Het Platform maakt een plan om deze term/onderwerp goed 'in de markt te zetten'. Dit is enerzijds ten behoeve van de partijen, maar ook sámen met hen: zij kunnen immers ook bijdragen aan het vergroten van de herkenbaarheid.

2.5 Ontwikkeling van webportal

Afgelopen zomer is een *second opinion* uitgevoerd naar de ontwikkeling van een portal. Deze *second opinion* geeft al veel inzicht in opvattingen, mogelijkheden en kansen van een webportal en biedt houvast voor zowel het proces als de inhoud.

De eerste stap is om – met de belangrijkste partijen gezamenlijk – eenduidig te formuleren wat de diverse partijen voor ogen hebben bij een portal. Het eigenaarschap en opdrachtgeverschap moeten worden belegd en er moet een plan van aanpak komen voor de ontwikkeling. Vanaf het eerste begin moet aandacht zijn voor de verantwoordelijkheden rondom de content van de portal.

3 Rol regionale partijen

Leidende principes

- De regionale dynamiek is leidend in het proces naar SWSR!
- Regionaal wat regionaal kan, landelijk wat landelijk moet!

3.1 Regionale initiatieven, anno 2010

In het kader van de Taskforce Mobiliteitsmanagement zijn momenteel zestien regio's actief waar wordt gewerkt aan mobiliteitsmanagement, ondermeer door een convenant tussen overheid en bedrijfsleven. Deze regio's zijn: Amsterdam, Rotterdam, Haaglanden, Utrecht, Drechtsteden, Twente, Werv-regio, Brabant, Fryslân, West-Overijssel, Arnhem-Nijmegen, Maastricht, IJmond, Veluwe, Stedendriehoek, Groningen-Assen.

Deze regio's zijn alle anders georganiseerd. Veelal is er sprake van een publiek-privaat initiatief en een dito projectorganisatie. In deze regio's is vaak sprake van een nauw contact tussen (georganiseerde) regionale overheden, ondernemersverenigingen, het (lokale) bedrijfsleven, koepelorganisaties (bijv. KvK, VNO-NCW, regionale vakorganisaties, regionale SER-en), aanbieders en vervoerders. Juist dit is dé kracht van de regionale inzet op het gebied van SWSR. Deze partijen kennen de lokale situatie. Regionale overheden pakken tezamen met de andere partijen in de regio de rol op van initiator en activator.

3.1.1 Hoe zorgen de regionale partijen voor inspireren en activeren?

In de meeste regio's is een mobiliteitsmakelaar aangesteld, die namens de partijen als voorman optreedt om het Slim Werken Slim Reizen in de regio aan de man te brengen. Deze initiatieven kennen een tweeledig doel. Enerzijds zijn ze gericht op het inspireren van werkgevers en werknemers om hen bewuster om te laten gaan met mobiliteit, anderzijds wordt de nadruk gelegd om op basis van hun vraag een passend aanbod te bieden. De op basis van deze vraag aangeboden producten en diensten stellen werkgevers en werknemers in staat om hun gedrag ook daadwerkelijk aan te passen (het activeren).

Via werkgeversbijeenkomsten, gesprekken, scans etc. wordt inzicht verkregen in de kansen voor een bedrijf. Voor het ene bedrijf valt bijvoorbeeld veel winst te halen met fietsstimulering, voor een ander liggen de kansen vooral op het gebied van telewerken of het flexibiliseren van het leasebeleid

Bijna alle regio's hebben een campagne of andersoortige aanpak opgezet om werkgevers en werknemers te inspireren aan de slag te gaan met Slim Werken Slim Reizen. Een bekend voorbeeld hiervan is de Ontspits campagne die in Amsterdam momenteel wordt uitgevoerd.

Veel regio's maken gebruik van 'ambassadeurs' om hun boodschap kracht bij te zetten. Soms is dit een lokale bestuurder, maar meestal zijn dit toonaangevende werkgevers uit de regio's.

Andere succesvolle maatregelen in de regio's die bijdragen aan de bewustwording van het reisgedrag zijn bijvoorbeeld de beloningsproeven in diverse regio's. Automobilisten krijgen een beloning voor iedere dag dat zij de spits mijden. In bijna alle regio's zijn mobiliteitspassen beschikbaar. Met deze passen kunnen werknemers op een eenvoudige en goedkope manier gebruik maken van alternatieven voor de auto.

In een aantal regio's loopt een pilot-project of gaat binnenkort een pilot starten met Digitale Mobiliteit. Hiermee worden werknemers in het MKB gestimuleerd flexibeler te werken en te reizen.

In een aantal regio's zijn subsidieregelingen om bijvoorbeeld telewerken te stimuleren.

In diverse regio's kunnen medewerkers zeer voordelig een e-fiets of scooter aanschaffen. Deze wordt als prominent alternatief voor de auto in de spits ingezet.

3.2 Wat kan beter?

Nog niet alle regio's zijn in een even ver gevorderd stadium. Zij zijn op verschillende momenten gestart met hun activiteiten. Ook in het vervolg zullen niet alle regio's op een gelijk niveau acteren. Verschillen en maatwerk kunnen en moeten blijven bestaan. Wel hebben de meeste regio's aangegeven hun activiteiten op het gebied van Slim Werken Slim Reizen te willen continueren over een langere periode. De inzet is mede afhankelijk van de beschikbare financiële middelen. De financiële bijdrage van de regionale overheid zal na 2012 niet onvoorwaardelijk blijven. In de loop der tijd kan sprake zijn van een afbouw van de bijdrage.

De uitdaging voor de komende jaren is om in afstemming met de B50 en de partijen die zich richten op de werknemers, door te gaan op de ingeslagen weg en ervoor te zorgen dat er concrete maatregelen worden ingevoerd die daadwerkelijk zorgen voor een gedragsverandering bij werkgevers en werknemers op het gebied van Slim Werken Slim Reizen. Het feit dat de leden van de B50 hebben aangegeven de regionale convenanten te willen ondertekenen en als ambassadeur op te zullen treden, geeft aan dat er zeker bereidheid is om samen aan de slag te gaan in de regio.

Alleen met een gezamenlijke aanpak van alle betrokken partijen, met afstemming in het Platform, zullen de doelstellingen in de regio's worden behaald.

3.3 Betekenis van het Platform SWSR voor regionale initiatieven.

De afgelopen jaren zijn op regionaal niveau verscheidene mooie initiatieven tot stand gekomen. Het landelijke Platform heeft hierin vaak een aanjagende rol gehad. Het échte werk en de échte resultaten zijn echter regionaal bereikt. Dit zal worden voortgezet. Door samenwerking in het Platform kunnen de betrokken partijen hun doelen sneller realiseren.

De toegevoegde waarde van samenwerking in het Platform voor de regio's is gelegen in vijf aspecten:

- Kennisdelen
- Communicatie
- Wegnemen belemmeringen
- "Goed voorbeeld doet goed volgen"

- Regio-overstijgende aangelegenheden

Het secretariaat zorgt voor ondersteuning van het afstemmingsproces in het Platform. Bijvoorbeeld door in overleg met de regio's de regio-overstijgende thema's te benoemen en aan elkaar te koppelen. Het secretariaat van het landelijke Platform heeft een faciliterende (meedenkende) rol. Het proces dat gezamenlijk voor de komende periode wordt ingeslagen moet leiden tot concrete maatregelen bij werkgevers en werknemers in de diverse regio's. De nadruk ligt op implementeren. De regio's zijn daar verantwoordelijk voor. Uitgebreide verantwoordingsprocedures die veel tijd en energie vragen van alle betrokkenen zullen geen prominente rol spelen. Vanzelfsprekend zal een praktische werkwijze gevonden moeten worden, die voor alle partijen aan de behoefte voldoet om te kunnen monitoren.

Voor de werkwijze van het secretariaat wordt gekozen voor één of meerdere relatiemanagers voor de regio's die het eerste aanspreekpunt vormen. Zodoende kunnen korte lijntjes gehanteerd worden en zal men elkaar snel weten te vinden.

3.3.1 Kennisdelen

De regio's hebben aangegeven een bijdrage te zullen leveren aan expertsessies of regiobijeenkomsten voor het delen van kennis. Er is behoefte aan feiten en harde getallen. Aan de meerwaarde en opbrengsten voor bedrijven om met Slim werken Slim reizen aan de slag te gaan. Aan een actueel overzicht van producten en diensten waarvan bedrijven gebruik kunnen maken. En een overzicht van wet- en regelgeving (zoals ARBO en fiscaliteit). Tot slot geven bedrijven in de regio's aan dat zij meer kennis nodig hebben op het gebied van de omgang met ondernemingsraden. Afstemming tussen de verschillende pijlers in het Platform zorgt ervoor dat deze kennis beschikbaar komt en gedeeld kan worden.

3.3.2 Communicatie

Iedere regio is uniek en heeft zijn eigen communicatiestrategie, passend bij de lokale ambities en uitdagingen. De doelgroepen, de focus en de uitvoering kunnen onderling sterk verschillen. De communicatie-aanpak van het Platform (zoals beschreven in hoofdstuk 2) werkt ondersteunend en versterkend. De regio's profiteren mee van (en dragen bij aan) de branding van Slim Werken en Slim Reizen. Ook bijvoorbeeld de portalinfrastructuur is van grote toegevoegde waarde voor regio's (zie 3.3.1); vele zijn al zoekend naar manieren om kennis en ervaringen digitaal bij elkaar te brengen.

3.3.3 Wegnemen belemmeringen

De regio's zullen participeren in werkgroepen met deelnemers van de verschillende pijlers om belemmeringen op het gebied van wet- en regelgeving voor SWSR te adresseren. Hierbij valt te denken aan regelgeving op het gebied van fiscaliteit en arbeidwetgeving. Daarna kunnen er afspraken over worden gemaakt in arbeidsvoorwaarden die Slim Werken Slim Reizen bevorderen.

3.3.4 'Goed voorbeeld doet volgen'

Veel van de landelijke B50-bedrijven hebben kantoren in de regio. Landelijk 'goed voorbeeld' doet regionaal 'goed volgen'. Doordat de regionale vestigingen van de B50-bedrijven hebben aangegeven zich te zullen aansluiten bij het betreffende regionale initiatief/convenant, kunnen zij een actieve rol spelen in de regio's. De regio-kantoren kunnen katalysator zijn voor andere bedrijven op een bedrijventerrein.

3.3.5 Regio-overstijgende thema's

Door afstemming in het Platform komen regio-overstijgende thema's in beeld en kunnen afspraken worden gemaakt over de samenwerking met de andere pijlers met betrekking tot die thema's. Hiermee wordt voorkomen dat 'het wiel op verschillende plekken wordt uitgevonden' en wordt gezorgd voor uitwisseling van de benodigde kennis en ervaring voor die thema's.

3.4 Wat wordt verwacht van de regionale initiatieven; welk vervolg?

Het motto voor de regio's de komende jaren is: doen! Daarnaast zal de boodschap meerdere malen verkondigd moeten worden om te blijven hangen.

De regio's kennen hun doelstellingen uit de convenanten. Deze convenanten blijven onverkort van kracht. Daarmee dragen de regio's bij aan de doelstelling om 5% minder autokilometers in de spits te realiseren in de conventantregio's.

De regio's monitoren hun eigen voortgang en participeren in de werkgroep die het monitoringsplan van de maatschappelijke doelstellingen gaat opstellen.

Om dit te bereiken, wordt voor de komende periode ingezet op onderstaande drie routes.

1. *Van mobiliteitsmanagement naar SWSR*

De afgelopen periode is zichtbaar de transitie naar Slim Werken Slim Reizen ingezet. Voor de komende jaren zal doorgepakkt moeten worden op de ingeslagen weg. De regio's zijn er een voorstander van om breed in te zetten op SWSR.

2. *Voor mogelijk een langere periode*

In de meeste regio's kent men een scope die loopt tot en met 2012. Alle regio's zijn ervan overtuigd dat dit een transitie is, die meer tijd zal vergen om tot grotere successen te komen. De meeste regio's spreken dan ook de wens uit om langer door te gaan dan 2012. Vanzelfsprekend maakt iedere regio zijn eigen afweging, maar de intentie is om op de ingeslagen weg ook na 2012 actief te zijn in het Platform.

3. *In nauwe samenwerking met het bedrijfsleven*

Door afstemming met het bedrijfsleven zal synergie in de regio ontstaan. Langzaam maar zeker zullen de activiteiten in de regio door het bedrijfsleven overgenomen moeten worden. Waar er de afgelopen periode (ook door regionale overheden) fors geïnvesteerd is, zal SWSR de komende jaren verder geïnternaliseerd moeten worden in de werkprocessen van het bedrijfsleven. Inbedding van SWSR in de arbeidsvoorwaarden en werkwijze van de (grote) bedrijven (en daarmee een

vanzelfsprekendheid wordt) is een belangrijke voorwaarde om bedrijven en hun werknemers tot een ander werk- en reisgedrag te bewegen.

Regionale initiatieven zullen de komende periode de aansluiting zoeken bij de activiteiten van de werkgevers en de B50 in het kader van implementeren van maatregelen op het gebied van SWSR. Andersom kan de B50 inspiratie zijn voor kantoren in de regio.

Voor het creëren van massa is het belangrijk om met het aanbod van producten en diensten in te spelen op de vraag van MKB bedrijven. In de praktijk blijken zij behoefte te hebben aan concrete producten en diensten die hen helpen om hun werknemers flexibeler te laten werken en reizen. Pilots op het gebied van Digitale Mobiliteit en de MKB Vouchers kunnen in die behoefte voorzien. Het aanbieden van dergelijke vouchers heeft een wat lastige start gehad. Nu zij in bepaalde regio's via mobiliteitsmakelaars worden aangeboden, lijkt de aanpak meer succesvol. Deze aanpak zal worden voortgezet.

4 Rol beeldbepalende werkgevers

Door de verbreding van de scope naar Slim Werken én Slim Reizen, voelen de beeldbepalende werkgevers zich gemotiveerd om een actieve bijdrage te leveren aan de realisatie van maatschappelijke doelstellingen. Een slimmere manier van werken en reizen draagt niet alleen bij aan de noodzakelijke bereikbaarheid, maar ook aan de voor bedrijven relevante maatschappelijke doelstellingen zoals het verbeteren van de concurrentiepositie van Nederland als kenniseconomie, het verbeteren van Nederland als vestigingsklimaat en ook aan het verbeteren van de arbeidsparticipatie. Slim Werken en Slim Reizen gaat om gedragsverandering, om een andere manier van werken en reizen. Dit draagt bij aan een vitale organisatie, die aantrekkelijk is voor (huidige en toekomstige) medewerkers, en voor klanten, met een hogere productiviteit en daardoor lagere kosten. Een groep beeldbepalende werkgevers op het gebied van Slim Werken en Slim Reizen heeft de handen ineengeslagen en komt met concrete plannen om bij te dragen aan de maatschappelijke doelstellingen. Dit hoofdstuk beschrijft deze gezamenlijke aanpak.

4.1 Wie zijn deze beeldbepalende werkgevers?

Zo'n vijftig beeldbepalende werkgevers (afgekort: B50) willen Slim Werken en Slim Reizen versnellen, opschalen en professionaliseren. Het gaat om werkgevers met veel ervaring op dit gebied, zoals Microsoft, Rabobank, KPN, ABN AMRO, Capgemini, TNT, E-Office en Europ Assistance NL et cetera.

In [bijlage 1](#) is een overzicht opgenomen van de organisaties die nu formeel hun commitment hebben uitgesproken voor het in dit hoofdstuk opgenomen programma. Het aantal deelnemende organisaties blijft groeien.

Deze werkgevers kunnen elkaar helpen door kennis en ervaring te delen, kunnen de regio's ondersteunen door als ambassadeur op te treden en samen met de wet- en regelgever zorgen dat fiscale en Arbo-gerelateerde belemmeringen worden weggenomen. Het gaat de B50 niet om het opzetten van een lobby. Het gaat ze om de uitvoering van een gezamenlijk programma dat is opgebouwd uit diverse activiteiten en projecten.

De groep van beeldbepalende werkgevers bestaat uit *publieke en private* partijen die:

- In dit gezamenlijke programma acteren vanuit een werkgeversperspectief.
- In de eigen regio een convenant hebben ondertekend of toegezeggen dit alsnog te gaan doen.
- Regio-overstijgend zijn doordat ze meerdere vestigingen hebben of een bovenregionale verzorgende functie hebben.
- Zich willen committeren aan dit programma voor een termijn van vijf jaar (tot en met 2015).

Ze zien zich de eerste twee jaar (2011-2012) als één van de dragende pijlers van het Platform Slim Werken Slim Reizen (SWSR). Na twee jaar zijn ze vergevorderd met de uitvoering van hun programma en hebben ze de ambitie om de drie jaren daaropvolgend (2013-2015) de trekkers van SWSR te zijn. Anders gezegd: de B50

hebben de ambitie om hun rol als *duwer* (2011-2012) te transformeren naar *trekker* (2013-2015).

4.2 Wat wil de B50 bereiken?

Met het uitvoeringsprogramma dragen de B50 bij aan de in hoofdstuk 1 opgenomen maatschappelijke doelstellingen op het gebied van bereikbaarheid en daarmee ook aan de voor hen relevante verbetering van de sociale innovatie van Nederland. De B50 heeft een aantal doelen voor hun eigen organisaties geformuleerd. Centraal staat het zijn van een aantrekkelijke werkgever waarbij het mogelijk is voor de werknemers om slim te werken en slim te reizen. Met arbeidsvoorwaarden die dit mogelijk maken.

Door het nastreven van deze doelen kunnen zij andere werkgevers inspireren. Dit draagt bij aan de gewenste olievlek. Het uitbreiden van de B50 groep zelf is dus geen doel op zich.

De B50 hebben de volgende groepsdoelen geformuleerd:

- Versnellen, opschalen, verankeren en professionaliseren van SWSR.
- De B50 hebben de ambitie om als ambassadeur de groep aangesloten bedrijven bij de regionale convenanten te helpen uitbreiden van 800.000 werknemers nu (1000 bedrijven) naar 1 miljoen werknemers in 2012 tot 2 miljoen werknemers in 2015.
- Bereiken van een betere en hoogwaardigere match tussen vraag naar en aanbod van diensten.

Daartoe willen de B50:

- De effecten van SWSR zichtbaar maken.
- SWSR incorporeren in de Arbo-regeling.
- Bevorderen dat fiscale regelgeving wordt aangepast zodat SWSR makkelijker wordt.
- Verankeren van SWSR in arbeidsvoorwaarden.
- Een label opzetten rondom SWSR (ook in relatie tot duurzaam inkopen).

Deze groepsdoelen zijn opgebouwd uit individuele doelstellingen per aangesloten werkgever. De precieze invulling verschilt per werkgever omdat zij in verschillende fasen bevinden op het gebied van Slim Werken Slim Reizen. Deze kunnen derhalve niet uniform worden gekwantificeerd.

Deze doelen hebben betrekking op:

- Aantrekkelijk werkgeverschap.
- Productiviteitsstijging (tot 10% lijkt haalbaar volgens de huidige ervaringen).
- Verbeteren concurrentiepositie.
- Kostenbesparing (tot 20% lijkt haalbaar volgens de huidige ervaringen).
- Vitaliteit van de onderneming borgen of vergroten.

Uiteindelijk is het doel dat Slim Werken en Slim Reizen in 2015 tot *business as usual* wordt.

4.3 De B50 maken meters door uitvoering van hun programma

Het uitvoeringsprogramma van de B50 kent zes onderdelen cq thema's. Onder deze thema's hangen vervolgens diverse activiteiten en projecten. Het programma is gedefinieerd op hoofdlijnen. Er is bewust gekozen voor een programmatische aanpak, zodat er ruimte blijft voor nieuwe inzichten en ontwikkelingen. Door gezamenlijk het programma te ontwikkelen, blijven alle werkgevers optimaal betrokken. De samenhang van activiteiten en projecten wordt steeds bewaakt. De B50 ontwikkelt in Q1 2011 een monitoringsmethodiek met een overzicht van de individuele doelen en de voortgang. Per jaar wordt de stand van zaken opgeleverd en besproken in de Stuurgroep B50. Jaarlijks vindt herijking plaats op basis van de voortgang van het programma in relatie tot de doelstellingen. Deze jaarlijkse herijking leidt tot het vaststellen van de *deliverables* voor het volgende jaar.

De zes thema's staan hieronder toegelicht. Deze voorbeelden zijn niet uitputtend, maar dienen als inspiratie. Verderop staat beschreven wat de B50 in 2011 willen opleveren.

De zes programma-onderdelen/thema's:

- *Kennisuitwisseling*
Door ervaringen en kennis uit te wisselen binnen de B50 kan SWSR sneller, beter en professioneler worden ingevoerd bij werkgevers. Veronderstelling daarbij is dat elke werkgever zowel brenger als haler van kennis is. *Best practices* zullen met elkaar worden gedeeld. Deze kunnen indien relevant ook in een publicatie of via de portal worden gedeeld met de buitenwereld. Een effectieve manier om aan kennisuitwisseling te doen is het organiseren van bedrijfsbezoeken.
Voorbeelden van activiteiten:
 - Ronde tafels
 - Samen met de andere partijen ontwikkelen van een portalinfrastructuur
 - Bedrijfsbezoeken
 - Publicatie met best practices
 - ...
- *Ambassadeurschap*
Door – vooral op regionaal niveau - *best practices* actief uit te dragen, worden andere werkgevers geïnspireerd ook aan de slag te gaan met Slim Werken en Slim Reizen. De *best practises* helpen om dit sneller, beter en professioneler te doen. Het idee is om een B50-lid (CEO) aan het regionale boegbeeld (meestal een overheidsbestuurder) te koppelen die zich vervolgens gezamenlijk sterk maken om het gedachtegoed van SWSR uit te dragen in de regio. Daarmee zal de olievlekwerking verder in gang worden gezet. Niet alleen bij de B50 zelf, maar ook bij mkb bedrijven in de regio. Voor zover nog niet is gedaan, sluiten de B50 zich aan bij de regioconvenanten.

- *Projecten*

Binnen de B50 zullen diverse samenwerkingsverbanden ontstaan tussen (clusters van) leden. Zij starten gezamenlijke projecten op, zoals.

- invoering persoonsgebonden mobiliteitsbudget (i.s.m. publieke stakeholders)
- koppeling van beloning aan mobiliteitsbudget
- delen van werkplekken
- ...

- *Communicatie*

Uiteraard is communicatie cruciaal bij het uitdragen van het gedachtegoed rondom SWSR en behaalde successen. De B50 draagt in nauwe samenwerking met (het secretariaat van) het Platform bij aan:

- Landelijke activatiecampagnes (zoals Het Nieuwe Werken doe je zelf)
- Portal infrastructuur (maar dient voor veel meer dan alleen communicatie, zie kennisuitwisseling)
- Actieve benadering van de pers (persberichten en artikelen)
- ...

- *Producten*

Het gaat om producten die primair door de B50 voor de B50 zélf worden ontwikkeld. Ze zijn bedoeld om elkaar te stimuleren en te ondersteunen bij de invoering van SWSR. Bijvoorbeeld:

- SWSR-label. Er wordt toegewerkt naar een categorisering van doelstellingen die is gekoppeld aan een label (bijvoorbeeld bronzen label voor instappers, zilveren en gouden label voor mate van adoptie van maatschappelijke doelstellingen en platina label voor bovenmaatschappelijk). Het label wordt gebruikt om de voortgang te aanzien van de doelstellingen te meten. Tot 2012 acteren de B50 op basis van intervisie (benchmark). Bij de ontwikkeling van het label wordt aangesloten bij bestaande initiatieven, bijvoorbeeld bij 'lean and green'. Bij de ontwikkeling hiervan wordt nauw samengewerkt met ondernemingsraden.
- (Methodiek voor) opstellen business case
- Awarenessdagen (ter beïnvloeding interne bedrijfscultuur)
- ...

- *Wegnemen belemmeringen*

Het gaat hier om het wegnemen van belemmeringen met betrekking tot wet- en regelgeving, maar ook om het wegnemen van belemmeringen die te maken

hebben met de interne bedrijfscultuur (zoals rol OR, HRM, facilitaire zaken, managementstijl). Met betrekking tot de eerste categorie kunnen de B50 uiteraard niet alleen opereren, maar is samenwerking met de overheid en koepelorganisaties, waaronder vakorganisaties, een vereiste. De B50 willen dan ook zoveel mogelijk participeren in activiteiten (werkgroepen) die reeds bestaan op dit vlak. Bijvoorbeeld:

- (Werkgroep) fiscale modernisering
- (Werkgroep) Arbo-wetgeving
- ...

In 2011 leveren de B50 de volgende resultaten op:

1. Concrete **kennisuitwisseling** tussen deelnemers B50 en andere stakeholders. Plan ter voorbereiding gereed in Q1, uitvoering in Q2-Q4.
2. Tenminste twee **ambassadeursessies** voor werkgevers in samenwerking met de convenantregio's. De B50 starten met de organisatie (samen met de regio) van twee bijeenkomsten in twee nog te bepalen regio's. Bij gebleken succes schalen zij snel op naar meer sessies met meerdere regio's. In de ambassadeursessies staat centraal:
 - I. uitwisseling kennis en ervaring en
 - II. actief krijgen (nieuwe) werkgevers.
3. Projectvoorstel invoering mobiliteitsbudget. Voorstel gereed Q2, start uitvoering Q3.
4. **Communicatieplan** B50 (Q1), waarin bijdrage aan gezamenlijke SWSR-portal en bijdrage aan campagne SWSR geborgd zijn.
5. Ten aanzien van B50-producten:
 - III. **Voorstel voor labelling** dat SWSR-werkgevers kleur geeft. Voorstel en goedkeuring B50 gereed Q2, start implementatie Q3.
 - IV. Een (eenvoudige) **monitoringsmethodiek** met overzicht van (individuele) doelen en voortgang. Overzicht Q1, oplevering stand van zaken per jaar (Q4).
6. Voorstel voor **modernisering fiscale regelingen en Arbo-wetgeving** (in samenwerking met andere stakeholders).

Er is ruimte voor één of twee additionele initiatieven op basis van voorkeuren van B50-leden.

4.4 De B50 zijn 'mean and lean' georganiseerd

De organisatie van de B50 is eenvoudig: de circa vijftig werkgevers komen één of twee keer per jaar plenair bijeen om de voortgang van het uitvoeringsprogramma te bespreken en eventuele nieuwe onderwerpen te agenderen. Daarnaast participeren werkgevers naar behoefte in bijeenkomsten (zoals ronde tafels, thematische werkgroepen en bedrijfsbezoeken) en projecten. De B50 benoemen uit haar midden vier of vijf vertegenwoordigers (niveau RvB of directeur direct daaraan rapportierend) die gezamenlijk de Raad van Toezicht / Stuurgroep van de B50 vormen. De voornaamste taak van de RvT/SG is toezicht op de voortgang en aansturing van het uitvoeringsprogramma (op hoofdlijnen). De voornaamste taak van de RvT/SG is toezicht op de voortgang en aansturing van het uitvoeringsprogramma (op hoofdlijnen). Twee leden van de RvT/SG vertegenwoordigen de B50 in het Platform SWSR en idem in het Dagelijks Bestuur (DB) SWSR. De RvT/SG van de B50 komt (indien haalbaar) ongeveer elke twee maanden bijeen, de lijn met de uitvoeringsorganisatie is kort.

De dagelijkse uitvoering van het programma wordt gedaan door een kleine, hoogwaardige uitvoeringsorganisatie ('doe-club'). De uitvoeringsorganisatie jaagt aan, verbindt, organiseert, communiceert en voert uit. De uitvoeringsorganisatie rapporteert aan de RvT/SG. De uitvoeringsorganisatie wordt bemenst door professionals die met gezag dienend zijn aan de B50 en zich daarnaast weten te verbinden aan de andere uitvoeringsorganisaties (mobiliteitsmakelaars in de regio's, werknemerspijler en secretariaat SWSR). De uitvoeringsorganisatie bestaat bijvoorbeeld uit een programmamanager, een projectmedewerker (mogelijk twee), een medewerker communicatie en een secretariaat. De programmamanager (PM) is het hoofd van de uitvoeringsorganisatie en is daarmee de eerst verantwoordelijke voor de aansturing van de B50 als netwerk en vormt daarmee het operationele gezicht naar de B50. De PM is tevens secretaris van de RvT/SG. De projectmedewerker(s) doet (doen) het uitvoerende werk: organiseren bijeenkomsten, opzetten projecten, verbinden met de andere pijlers. De medewerker communicatie verzorgt de communicatie met het netwerk (B50 en daarbuiten) en communiceert proactief naar de pers. Dit gebeurt in nauwe afstemming met (het secretariaat van) het Platform. Uiteraard is een goed secretariaat onmisbaar. De uitvoeringsorganisatie zorgt voor de onderlinge samenhang van alle programmaonderdelen.

Organisatie B50



4.5 B50 stellen 50/50 financiering met Rijk voor

De B50 stellen voor bij de financiering van het uitvoeringsprogramma de volgende uitgangspunten te hanteren:

- B50 en overheid dragen ieder (ongeveer) de helft bij aan de financiering van het uitvoeringsplan. Deze verhouding past in de transitie waarin het rijk tot nu toe 100% heeft gefinancierd naar een volledige trekkersrol van de werkgevers na 2012. Veronderstelling: we zijn ongeveer halverwege in de transitie.
- De bijdragen van de B50 worden zo direct mogelijk gekoppeld aan activiteiten en projecten die rechtstreeks bijdragen aan de doelstellingen van de B50.
- De bijdrage van het Rijk wordt aangewend ter financiering van de uitvoeringsorganisatie en overkoepelende initiatieven (vb portal infrastructuur).
- Elk B50-lid levert een bijdrage van circa 10,000 euro (in geld of natura), totaal dus circa 500.000 euro.
- De B50 proberen hun eigen programma zoveel mogelijk te verbinden met bestaande initiatieven (zoals Beter Benutten).
- Concreet voor 2011 (zie *deliverables 2011*) betekent dit:

Resultaat of <i>deliverable</i> in 2011	Verwachte kosten in 2011
0. Uitvoeringsorganisatie	250.000
1. Kennisuitwisselingsprogramma	150.000
2. Ambassadeursessies	P.M.
3. Project invoering mobiliteitsbudgetten	150.000
4. Aandeel portal infrastructuur en landelijke campagne SWSR	300.000
5. Producten	
I. Labelling	75.000
II. Monitoring	75.000
6. Voorstel modernisering wet- en regelgeving	100.000
Totaal 2011	1,1 miljoen

5 Rol organisaties gericht op werknemers

De werkgever heeft een bepalende rol in het woon- en werkgedrag van zijn medewerkers. Hij kan zijn mensen inspireren, stimuleren, activeren en faciliteren om op een andere manier te werken en te reizen. In de vorige hoofdstukken stond de werkgeversaankpak dan ook centraal. De kans op succes en resultaat neemt toe als werknemers ook via andere routes worden geïnspireerd en geactiveerd. Daarover gaat dit hoofdstuk.

Dit hoofdstuk beschrijft:

- Initiatieven gericht op medewerkers (zoals campagnes), die de inspanningen van werkgevers ondersteunen of versterken
- Initiatieven die bijdragen aan *empowerment* van de werknemers om de dialoog aan te gaan met hun werkgever over het mogelijk maken van Slim Werken en Slim Reizen.

5.1 Welke partijen spelen een rol?

Een groot aantal partijen richt zich actief op het inspireren en activeren van werknemers op het gebied van SWSR. Dit zijn bijvoorbeeld belangenbehartigers zoals vakorganisaties (met het kenniscentrum Werk en Vervoer). Ook een aantal mobiliteitsmakelaars in de regio's richt zich specifiek op werknemers, evenals de Fietsersbond en informatiemakelaars (zoals Milieu Centraal en Natuur en Milieu). Ook is er bijvoorbeeld het Platform Wonen en Werken In (WWI, waarvan nu een pilot loopt in Haaglanden). Ook specifieke regio's of (de)centrale overheden richten zich rechtstreeks op de werknemer.

Hoe zorgen zij voor inspireren en activeren?

Dat verschilt sterk per partij. In het oog springende acties zijn bijvoorbeeld de campagnes 'Het Nieuwe Werken doe je zelf' (van Natuur en Milieu en diverse andere partijen) en 'Rij2op5' van de Fietsersbond. Deze dragen bij aan het inspireren van grote groepen werknemers. Daarnaast benaderen de organisaties werknemers direct of via de werkgever. Dit gebeurt op verschillende manieren. Hieronder wordt aangegeven welke concrete activiteiten al worden uitgevoerd en hoe hierop kan worden voortgebouwd in de periode 2011-2012.

1. Met communicatiecampagnes

Vervolgcampagne *Het Nieuwe Werken doe je zelf* van Natuur en Milieu in nauwe samenwerking met andere pijlers. Combinatie tussen massamediale aanpak en gerichte aanpak via deelnemende organisaties (Open Huis), vakorganisaties en mobiliteitsmakelaars die zorgen voor verankering in concrete afspraken bij werkgevers. In 2010 was bereik van campagne 10 mln mensen, waarvan 200.000 actief hebben meegedaan. Campagne kost circa 800.000 per jaar, waarvan 50% door partners wordt gefinancierd.

Campagne Rij2op5 van de Fietsersbond verdiepen door stimuleren fietsen voor werkgevers en werknemers te integreren met andere mobiliteitsinitiatieven. Aanbod e-fiets en motivatiecampagne. Opnemen in communicatiekalender van SWSR. Fietsscan in MKB voucherscan. Afstemmen met vakorganisaties over arbeidsvoorwaarden. Beschikbaar stellen van digitale applicatie waarin deelnemers besparing in tijd, geld, CO2 kunnen berekenen. Ambitie t/m 2012: bereik van 1000 bedrijven met 200.000 werknemers. Oprekken fietsaandeel woon-werkverkeer met 5% en daarmee 25.000 minder auto's in spits. Kosten: € 400.000 voor twee jaar.

2. Met het bieden van prijsprikkels

Dit wordt gedaan binnen de diverse regionale mobiliteitsprojecten. In zes regio's zijn in totaal twaalf *mobiliteitsprojecten*. Door automobilisten een prijsprikkel te bieden voor het reizen buiten de spits, worden zij aan het denken gezet over hun reisgedrag. In de praktijk blijkt dat van de ruim 13.000 deelnemers 20-40% dagelijks de spits mijdt. De gemiddelde deelnemer maakt 40-60% minder spitsritten. Er wordt naar een verdubbeling van het aantal deelnemers gestreefd. In samenwerking met de B50 zal worden onderzocht of de beloning geïntegreerd kan worden in arbeidsvoorwaarden (mobiliteitsbudget).

3. Met het bieden van kennis en informatie

WWI uitbreiden tot een landelijk Platform waarop alle initiatieven om woon-werkverkeer het verminderen te vinden zijn. Dit doorvertalen naar regionale Platforms met op de regio toegesneden informatie. Uitrol in circa twaalf maanden binnen tien regio's kost per regio € 18.500 voor eerste jaar, daarna € 14.000 per jaar. Voor marketing is eenmalig een bedrag van € 70.000 nodig. Op termijn kan naar een verdienmodel worden gegaan waarbij commerciële partijen bijdragen in de kosten. Het bereik van deze portal is groot. Op basis van de communicatiecampagne in Haaglanden geldt in drie maanden: een bereik van 1 mln passanten op snelwegen rondom de stad; via regionale websites 200.000 autosolisten bereikt, 20.000 autosolisten hebben de website bezocht.

Bijvoorbeeld Milieu Centraal geeft werknemers online advies op maat over vervoer, inclusief inzicht in de winst (geld, milieueffect) van alternatieve keuzes.

4. Door ondersteuning van OR-en etc.

KCW&V zet in 2011 een E-learning uit via OR-en van tien grote bedrijven. Bereik circa 2000 werknemers. Met mobiliteitscan voor vijftien bedrijven worden 1500 werknemers bereikt. Bij 25 bedrijven worden projecten uitgevoerd op het gebied van flexibel werken en reizen (bijvoorbeeld flexibilisering arbeidstijden, telewerken). Een belangrijke taak voor KCW&V betreft het verankeren van aan Slim Werken Slim Reizen gerelateerde thema's in arbeidsvoorwaarden. Hierbij wordt al samengewerkt met partijen in de regio's,

waaronder mobiliteitsmakelaars. KC&V heeft nog voldoende budget voor deze activiteiten in 2011.

Wat is het succes van de aanpak?

De informatie, producten en diensten sluiten aan bij de wensen van de doelgroep en helpen bij comfort, keuzevrijheid en tijd- en geldwinst. Daarbij bieden ze vaak een eenvoudig handelingsperspectief. De aanbieders van de producten en diensten stralen vertrouwen uit omdat ze veelal een relatie opgebouwd met de doelgroep.

5.2 Wat kan beter?

De rol van de werkgever is cruciaal. Het gaat dan zowel om de directie, het middenmanagement als de afdeling HR. Samenwerking en afstemming met de regio's en de B50 is dan ook van essentieel belang.

De gezamenlijke aanpak in de campagne Het Nieuwe Werken doe je zelf is een aansprekend voorbeeld van deze samenwerking: bedrijven van de B50 hielden open huis, KCW&V organiseerde workshops voor werknemers en er was een gezamenlijke communicatiecampagne. Deze aanpak kan ook gaan werken voor Rij2op5; werkgevers uit de B50 kunnen in de regio's als ambassadeur optreden voor fietsstimulering. De nauwe samenwerking tussen mobiliteitsmakelaars in de regio en de fietsersbond blijkt nu al zeer effectief. De kracht van het Platform is dat dit type samenwerking veelvuldig tot stand komt.

De wijze waarop het Platform deze samenwerking faciliteert, is beschreven in hoofdstuk 2. Voor de aanbieders uit dit hoofdstuk geldt:

- Zij leveren een bijdrage aan de *uitwisseling van kennis en informatie* door hun informatie beschikbaar te stellen en ervoor te zorgen dat de informatie up-to-date blijft.
- Zij spreken af dat ze bij hun *communicatie-uitingen* gebruik maken van het merk SWSR. Het secretariaat van het Platform SWSR stelt een kalender op met planning van de verschillende activiteiten en campagnes van de deelnemers uit alle pijlers, zoals de Week van het Nieuwe Werken en de campagne Rij2op5 in het fietsseizoen. Ook themabijeenkomsten van bijvoorbeeld Milieu Centraal en de regio's staan op deze kalender.

5.3 Wat levert het op?

De komende jaren blijft de directe benadering van werknemers en de benadering via werkgevers centraal staan. Er wordt voortgebouwd op de bestaande successen. Het bereik wordt vergroot. Hiermee dragen alle initiatieven bij aan het realiseren van de gezamenlijke doelstelling voor 2015:

Het verleiden van 1 mln werknemers om niet in de spits te reizen; door niet te reizen, buiten de spits te reizen of op een andere manier te reizen.

Dit doel wordt per betrokken partij vertaald in concrete activiteiten die bijdragen aan het in afstemming met de andere pijlers realiseren van deze groepsdoelstelling. Het meten of deze resultaten worden gehaald, ligt bij de organisaties zelf.

6 Rol overige partijen

Het Platform staat open voor verschillende initiatieven van partijen die een bijdrage leveren aan de doelstellingen van het Platform. Naast de al genoemde partijen valt te denken aan:

- Stichtingen op het gebied van Slim Werken en Slim Reizen.² Tot 2012 vindt er een bundeling plaats van een groot deel van deze stichtingen.
- Aanbieders op het gebied van Slim Werken en Reizen die niet al vertegenwoordigd zijn in de B50: de Vereniging Aanbieders Bereikbaarheidsdiensten Nederland (VABN), de Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen (VNA) en vertegenwoordigers van de vervoersbedrijven zelf.
- Koepels aan werkgevers-, werknemers- en overheidszijde: VNO-NCW, MKB NL, FNV, CNV, MHP, IPO, SKVV en VNG.
- Ter inspiratie zal ook een vertegenwoordiger van een groep 'out of het boxdenkers' op het gebied van Het Nieuwe Werken deelnemen in het Platform.

Hiermee krijgt een brede coalitie rond het thema Slim Werken Slim Reizen vervolg. In vergelijking met de Taskforce zijn nu de aanbieders beter vertegenwoordigd. Deze stakeholders brengen issues van hun achterban in en informeren hun leden over relevante zaken besproken in het Platform. Zij dragen zo bij aan het verbinden van inhoud, organisaties en mensen, en daarmee aan een betere samenwerking en het versneld bereiken van de gezamenlijke doelstellingen. Door deze stakeholders te betrekken, wordt versnippering voorkomen en ontstaat meer samenhang. Bovendien draagt dit bij aan zowel het draagvlak als de kwaliteit van besluitvorming.

Op het gebied van Slim Werken Slim Reizen zijn al geruime tijd twaalf stichtingen actief. Deze stichtingen hebben op initiatief van het Telewerkforum besloten een samenwerkingsverband te vormen. Hiermee wordt veelzijdige kennis, expertise en ervaring bijeen gebracht over de volle breedte van de thematiek rond SWSR: eerste bundeling van koplopers op het gebied van slim werken (TelewerkForum), de eerste smart work centers (bijv. Amsterdam Bright City, IGLUU, Spaces, Almere), de eerste landelijke campagne waarin slim werken en reizen met elkaar verbonden werden en is de basis

² Deze stichtingen zijn: TeleWerkForum; W-SmartWork (Stichting Het Nieuwe Werken); Deskbookers, HetNieuweWerkenWerkt, Nederland Bereikbaar; Flexibelwerken.nl; Mobiliteitsmanagement Marketing; Mobiliteit.nu; Bereikbaar/SlimReizen.nl; Filenetwerken; Werkdichterbijhuis, Wegmetfiles, VBAN; DOET; Railforum. Deze stichtingen werken nauw samen met de volgende organisaties: Wegmetfiles.nl, Werkendichterbijhuis.nl, ECP-EPN, Natuur & Milieu; Connekt; Velo Mondial/RAI, ANWB en de Fietsersbond.

gelegd voor succesvolle SWSR-campagnes ('Het nieuwe werken doe je zelf' en 'Ontspits: tel uit uw winst'). Ook leveren de stichtingen een bijdrage aan de ontwikkeling van portals op het gebied van SWSR. Om resultaten inzichtelijk te maken zijn monitorings- en benchmarkmethodes gericht op maatschappelijke en individuele werkgeverswinst (mobiliteit.nu) ontwikkeld en is een eerste certificatie/keurmerk (het nieuwe werken werkt) ontwikkeld.

De samenwerkende stichtingen hebben een zelfstandige rol in het stimuleren van SWSR. Zij beschikken over een direct beschikbare uitvoeringskracht die kan worden ingezet om de drie pijlers onder het Platform (Regio's, B50 en Werknemers) te helpen bij het realiseren van hun doelen en daar met name op operationeel niveau verbindingen tussen te leggen. Daarmee wordt tevens ingespeeld op de wens dat private partijen meer verantwoordelijkheid nemen voor de transitie naar SWSR. Het samenwerkingsverband van stichtingen biedt daarbij bij uitstek een ontmoetingsplaats voor innovatieve private initiatieven die in de behoeften vanuit de drie pijlers kunnen voorzien.

VNO-NCW en MKB Nederland spelen als koepel een belangrijke rol om het bedrijfsleven te mobiliseren om verkeer in de spits te verminderen. De verbreding van de scope van 'mobiliteit' naar 'Slim Reizen Slim Werken' wordt gesteund. Ervaring leert dat door de synergie tussen bewuste mobiliteit en flexibel werken meer effect te verwachten valt. De koepels bereiken hun leden vooral via hun regionale organisaties (regionale verenigingen van VNO-NCW, bedrijvenkringen, inclusief midden- en kleinbedrijf), maar zijn ook actief door inzet van het nationale gezamenlijke beleidsbureau van VNO-NCW - MKB Nederland bij beleidsvorming en kennisdeling. Ook via brancheorganisaties kunnen zij SWSR agenderen.

Het mobiliseren van de leden gebeurt door:

- informeren leden via algemeen bestuur en stimuleren regionale organisaties tot deelname aan regionale convenanten en samenwerking met regionale overheden en regionale mobiliteitsmakelaars,
- informeren en inspireren leden door inzet van de bestaande communicatiemiddelen zoals nieuwsbrieven, organisatie van ontbijtbijeenkomsten in de regio's, organisatie van evenementen rondom een bepaald thema,
- promotie van benutting instrumentarium voor mobiliteitsmanagement en 'het nieuwe werken', o.a. vouchers waarmee bedrijven bij een leverancier naar keuze een mobiliteitsscan kunnen laten uitvoeren en zich kunnen laten adviseren over de invoering van maatregelen op het gebied van mobiliteitsmanagement en e-werken,
- adviseren over innovatieve pilotprojecten op het gebied van mobiliteitsmanagement.

VNO-NCW en MKB-Nederland werken samen om de regionale aanpak te ondersteunen en het succes uit te breiden door ook deelname in de doelgroep mkb te vergroten. MKB-Nederland werkt met partners aan een specifiek voorstel hiertoe.

Onderdeel van VNO NCW is de Algemene Werkgeversvereniging Nederland (AWVN).

De AAVN heeft een netwerk van ruim 800 kleine, middelgrote en grote bedrijven en circa 80 brancheverenigingen uit alle economische sectoren (industrie + dienstverlening). Binnen dit netwerk is de AAVN belangenbehartiger, adviseur en levert ondersteuning aan werkgevers bij circa 500 (van de 800) cao's in Nederland.

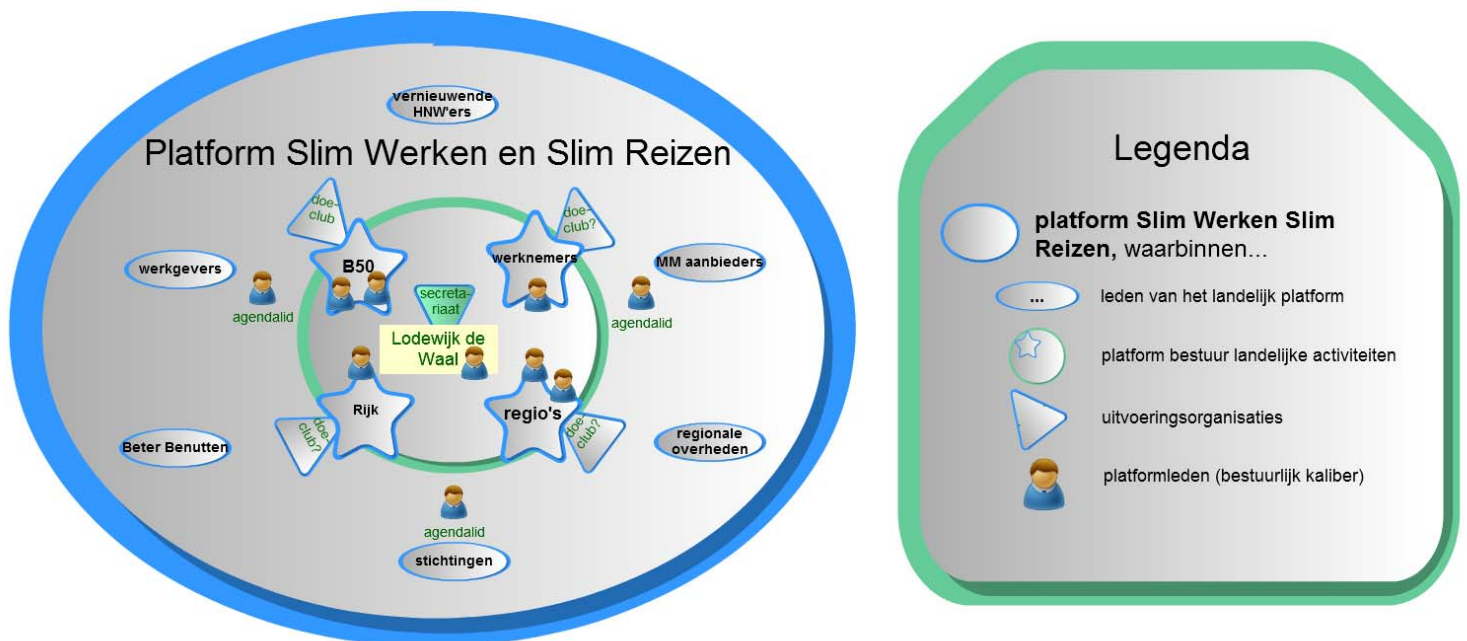
De AAVN biedt ondersteuning bij het samenstellen van arbeidsvoorwaarden op het gebied van mobiliteit en Het Nieuwe Werken en de implementatie ervan. De AAVN verzorgt monitoring van de mate waarin en de wijze waarop deze arbeidsvoorwaarden zijn geregeld.

De AAVN heeft een mobiliteitsgerelateerde arbeidsvoorwaardenscan ontwikkeld waarmee het (verander)potentieel in het mobiliteitsgerelateerde arbeidsvoorwaardenpakket kan worden geïnventariseerd, in samenhang met het mobiliteitspotentieel dat op basis van een mobiliteits/bereikbaarheidsscan in beeld is gebracht. Hiermee kan per bedrijf in kaart gebracht worden welke winst (in termen van reistijd en/of CO2) er te boeken is door meer optimale keuzes voor vervoermiddelen en de arbeidsvoorwaarden die hier bij passen. Recentelijk heeft de AAVN dit pakket aan diensten verbreed met onderwerpen die passen bij Het Nieuwe Werken.

Tot slot kan de AAVN ondersteuning bieden bij het organiseren van bijeenkomsten / symposia / workshops / cursussen / e.d. op het gebied van Slim Werken Slim Reizen.

7 Organisatie Platform SWSR

De werkwijze van het Platform is optimaal afgestemd op het behalen van de doelstellingen. Er is sprake van een netwerkorganisatie waarbinnen een bottom-up aanpak geldt. De drie pijlers (B50, regio's, partijen gericht op werknemer) bepalen zelf op welke wijze ze de doelen willen behalen. Het Rijk neemt daarbij een belangrijke positie in als beleidsbepaler, wetgever en financier. De uitvoering gebeurt decentraal in de eigen uitvoeringsorganisatie, tenzij het meer effectief of efficiënt is om dit centraal te faciliteren. De deelnemers weten elkaar goed te vinden en hanteren korte lijnen bij het afstemmen.



In het **Platform** vindt uitwisseling van kennis plaats. Deelnemers kunnen namens hun achterban zaken inbrengen. Naast de vertegenwoordigers van de drie pijlers zijn de deelnemers: het Rijk, stichtingen, koepels en aanbieders van producten en diensten op het gebied van Slim Werken Slim Reizen). Daarnaast zal er een vertegenwoordiger van een groepje 'out of het box denkers' op het gebied van Het Nieuwe Werken deelnemen als denktank. In het Platform wordt de voortgang van de activiteiten en het behalen van de doelstellingen besproken. Door agendering van zaken in het Platform vindt kennisuitwisseling plaats, kunnen dwarsverbanden worden aangelegd en wordt samenwerking gestimuleerd. Hierdoor wordt het behalen van de doelstellingen versneld.

Overkoepelende zaken die de pijler overstijgen en daarmee de andere pijlers raken, worden in het **Platform Bestuur** op elkaar afgestemd. Hierin wordt de samenhang geborgd en zorgt men voor consistentie in de communicatie. Het bestuur zorgt voor besluitvorming over overkoepelende activiteiten en beoordeelt projectvoorstellen die overschrijdend zijn met het bijbehorende budgetvoorstel. Het bestuur bewaakt de voortgang van de activiteiten. Elke pijler levert daartoe zijn eigen rapportage aan. Als de voortgang achterblijft, spreken de leden van het bestuur elkaar daarop aan. Bij knelpunten organiseert men gezamenlijk een oplossing. En worden vervolgspraken gemaakt. Men ondersteunt elkaar bij mogelijke problemen. Het bestuur accordeert de uitgaven van het Platform.

Het Bestuur bestaat uit sleutelpersonen met een netwerk in de wereld van Slim Werken Slim Reizen. Zij zijn bereid hun netwerk in te zetten en kunnen hun invloed inzetten om anderen in beweging te krijgen. Zij weten elkaar te vinden als dat nodig is. Een vertegenwoordiger vanuit de werkgeverskoepel heeft een 'standing invitation' voor overleg van het bestuur. Dit stelt hem in de gelegenheid om de voortgang goed te bewaken en daarover te rapporteren richting achterban.

Het bestuur wordt ondersteund door een **secretariaat**. Het secretariaat van het Platform SWSR functioneert met mandaat van het bestuur. De belangrijkste rol is het faciliteren van het proces. Dit gebeurt door onzichtbare sturing en door zich dienend op te stellen.

De taken van het secretariaat zijn:

- Daar waar nodig actief de verbinding leggen tussen mensen, organisaties en inhoud en ervoor zorgen dat de verschillende initiatieven elkaar aanvullen, inspireren en versterken.
- Op het gebied van communicatie het onder één noemer brengen van de bestaande initiatieven. De regio's, werkgevers, koepels, leveranciers van diensten en werknemersorganisaties blijven verantwoordelijk voor hun eigen communicatiekoers en -uitingen, maar worden nadrukkelijk uitgenodigd dit te laten aansluiten bij de branding van SWSR. Actieve rol voor secretariaat in het gebruiken van de sociale media voor het framen/branden van SWSR en het opstellen van een communicatiekalender waarin de activiteiten/media-uitingen van de andere pijlers tot uitdrukking komen en qua uitvoering goed op elkaar kunnen worden afgestemd.
- Het zorgen voor inzichtelijkheid van bestaande kennis en ervaring op het gebied van Het Nieuwe Werken en mobiliteitsmanagement. Het secretariaat brengt partijen bij elkaar om tot een portal te komen.
- Het bijeenbrengen van wensen t.a.v. het wegnemen van belemmeringen en daar waar nodig organiseren van werkgroepen die een gezamenlijk voorstel uitwerken voor verandering van wet- en regelgeving;
- Het ervoor zorgen dat de voortgangsrapportages worden geagendeerd in het overleg van het Bestuur. Ondersteunen bij het opstellen van een plan voor monitoring van het realiseren van de maatschappelijke doelstellingen van het Platform. Dit gebeurt in nauwe samenwerking met de pijlers. Hierbij vindt nauwe

afstemming plaats met het ministerie van IenM, aangezien het ministerie mogelijk ook activiteiten wil ontplooiën op het gebied van monitoring (en evaluatie).

- Het ondersteunen van de betrokken spelers bijvoorbeeld bij de organisatie van bijeenkomsten.

Om deze rollen goed te kunnen vervullen, onderhoudt het secretariaat intensief contact met de uitvoeringsorganisaties. Het secretariaat zal bestaan uit circa 2-3 fte. Omdat deze medewerkers zeer nauw contact onderhouden met de verschillende pijlers, is het wenselijk om (een deel van) deze medewerkers te laten detacheren door organisaties uit de pijlers. Een medewerker uit het secretariaat zal als relatiemanager fungeren van en voor de regio's. Deze aanpak is effectief gebleken bij de mobiliteitsprojecten (spitsmijden).

Om een optimale verbinding te hebben met de regiogerichte benadering van het ministerie van IenM in het kader van Beter Benutten, ligt het in de rede om deze accountmanager uit het secretariaat ook onderdeel uit te laten maken van die organisatie bij IenM en van daaruit te detacheren bij het secretariaat.

In de ideale situatie vindt er intensieve afstemming plaats tussen de pijlers over de uitvoering van hun programma's op het gebied van SWSR. Elke pijler is autonoom in het al dan niet vormgeven van een uitvoeringsprogramma. In de regio's spelen de mobiliteitsmakelaars veelal deze rol. De B50 heeft op korte termijn behoefte aan een uitvoeringsorganisatie en zet deze zelf op.

Vormgeving uitvoeringsorganisatie

Het kenmerk van een uitvoeringsorganisatie is dat deze executiekracht heeft. De uitvoeringsorganisatie zorgt voor de daadwerkelijke uitvoering van het programma, bijvoorbeeld door projectplannen op te stellen en door actief te participeren in projectgroepen van de betreffende pijler.

Vanwege het grote belang dat alle betrokken partijen hechten aan een intensievere samenwerking, zal het secretariaat van het Platform uit doelmatigheidsoverwegingen samen worden ondergebracht met de uitvoeringsorganisatie van de B50. Hiermee wordt geborgd dat er sprake is van een optimale samenwerking met korte lijnen.

Voor de uitvoeringsorganisatie geldt dat deze moet passen bij de wijze waarop de pijlers de activiteiten willen financieren. De organisatie moet zelfstandig over middelen kunnen beschikken voor het uitvoeren van de activiteiten. Er zal nader onderzoek plaatsvinden naar de optimale (juridische) vormgeving hiervan. De juridische vormgeving mag de voortgang en versnelling van het proces niet in de weg staan.

8 Financiering

Uitgangspunt is dat de betrokken partijen zoveel mogelijk hun eigen activiteiten en middelen organiseren en financieren. Wel is een bijdrage van het Rijk een voorwaarde voor een succesvolle aanpak. Voor het goed functioneren van de verschillende pijlers en het secretariaat van het Platform is een gemiddeld budget van 6 mln euro/jaar benodigd. Dit bedrag bestaat uit een publieke en een private bijdrage. Gezien de veranderende rol van de B50 van *duwer* naar *trekker* lijkt het reëel om de bijdrage van het Rijk en de regio's in de loop der tijd te laten afnemen, waarbij er steeds sprake zal zijn van cofinanciering.

Hieronder staan de bedragen die de pijlers verwachten nodig te hebben voor een succesvolle opschaling, professionalisering en versnelling van Slim Werken Slim Reizen in **2011-2012**. De bijdrage van het Rijk staat voor deze periode uitgewerkt.

- De convenantregio's gaan doorpakken om tastbare resultaten te bereiken. Zij beschikken in principe over voldoende middelen hiervoor t/m 2012. Voor het extra activeren van mkb'ers in de regio is het gewenst vervolg te geven aan o.a. Digitale Mobiliteit en het subsidieprogramma MKB Vouchers. Hiervoor is door het Kabinet meer dan 10 miljoen euro gereserveerd. Hiervan is slechts een deel besteed en het is onzeker of over resterende middelen kan worden beschikt. Voor het activeren van het mkb is het gewenst over 5 miljoen euro voor de eerste 2 jaar te kunnen beschikken.
- B50. Zij gaan concreet aan de slag met de in hoofdstuk 4 beschreven activiteiten die leiden tot versnelling en bijdragen aan de doelstellingen. Hiervoor vragen zij 50% cofinanciering voor hun plannen door het Rijk: 50% van 1,2 miljoen euro/jaar.
- Aanbieders uit de Werknemerspijler. Op basis van de in Hoofdstuk 5 beschreven voorgenomen activiteiten is voor landelijke opschaling min. 1 mln euro/jaar nodig.
- Daarnaast zijn de kosten voor overkoepelende activiteiten en de uitvoeringsorganisatie:
 - Inzet medewerkers secretariaat, incl. voorzitter en bureaunkosten: ca. 750.000 euro/jaar
 - Voor organisatie bijeenkomsten en communicatie: ca. 0,5 mln euro/ jaar.
 - Voor monitoring en evaluatie: 200.000³ euro/jaar
 - Voor de portal: eenmalig 200.000⁴. De overige bijdragen komen van de andere partijen (in natura).

Een deel van de 6 mln euro/jaar wordt na 2012 besteed om het programma binnen de regio's niet te laten instorten. Gedacht wordt aan een bijdrage per

³ De precieze bijdrage is mede afhankelijk van de rol van IenM op het gebied van monitoring.

⁴ De precieze bijdrage is mede afhankelijk van de bijdrage van de B50.

convenantregio voor die regio's die voldoende resultaten hebben laten zien. Deze financieringswijze geeft een prikkel voor het behalen van successen. Hierbij kan cofinanciering Rijk/regio/bedrijfsleven gehandhaafd blijven.

A. Bijlage Overzicht beeldbepalende werkgevers (B50)

Werkgever	Commitment
<i>Financieel</i>	
1. ABN Amro	Ja*
2. ING	Ja
3. Rabobank	Ja
4. Achmea	Ja
5. Delta Lloyd	In afwachting
6. SNS Reaal	Ja
7. Univé/Uvit	Ja
<i>Energie</i>	
8. Alliander	Ja
<i>IT</i>	
9. Accenture	Ja
10. Cap Gemini	Ja
11. IBM	Ja
12. Microsoft	Ja
13. E-office	Ja
14. NXP	In afwachting
<i>Zorg</i>	
15. UMC	Ja*
16. Europ Assistance	Ja
<i>Techniek</i>	
17. Siemens	Ja
18. Alstom	Ja
19. Cofely	Ja*
<i>Telecommunicatie</i>	
20. KPN	Ja
21. T-Mobile	Ja*
22. Vodafone	Ja
23. UPC	Ja
<i>Bouw/Ingenieurs</i>	
24. Arcadis	Ja
25. DHV	Ja
26. Strukton	Ja
<i>Transport</i>	
27. KLM	Ja
28. Schiphol	Ja*
29. NS	Ja
30. Prorail	In afwachting
31. ANWB	Ja
32. Connexion	Ja
33. Veolia Transport NL	Ja

34. TNT	Ja
<i>Consultancy</i>	
35. BMC Groep	Ja
36. Twijnstra Gudde	Ja
37. Boer & Croon	Ja*
38. Deloitte	Ja*
39. Conclusion	Ja
<i>Onderwijs/Kennis</i>	
40. Universiteit Utrecht	Ja*
41. Universiteit Maastricht	In afwachting
42. TNO	Ja
<i>(Semi-)Overheid</i>	
43. Min. Binnenlandse Zaken**	Ja
44. UWV	Ja*
45. RDW	Ja
<i>Industrie</i>	
46. Shell	In afwachting
47. AKZO Nobel	In afwachting
48. Philips	In afwachting
49. Sara Lee	In afwachting
<i>Uitzend</i>	
50. Randstad	In afwachting

* = mondeling toegezegd, maar nog tijd nodig voor interne besluitvorming

** = vertegenwoordigt het werkgeverschap voor alle rijksambtenaren