

SAMENWERKINGSOVEREENKOMST U15

30 MEI 2012

U 15

The text 'U 15' is rendered in a bold, red, sans-serif font. To the right of the '5' and below the '15' is a decorative graphic consisting of a vertical line of eight dark grey dots and a horizontal line of eight dark grey dots, meeting at the bottom right corner to form an L-shape.

Inhoudsopgave

1	Aanleiding	3
2	De partijen	4
3	Overwegingen	5
4	Afspraken	6
5	Ondertekening	7
	Bijlage 1: Maatregelenpakket	10

1 Aanleiding

Minister Schultz van Haegen wil via het **Programma Beter Benutten** maatregelen treffen die de bereikbaarheid in zeven regio's op korte termijn verbeteren. Algemeen doel is het terugdringen van files in de regio Utrecht met 20-30%. Om dit in drie jaar te realiseren vraagt het programma om een gezamenlijke, gerichte aanpak van rijk, regionale overheden en bedrijfsleven.

Het bestuurlijke trio in de regio Midden Nederland, gevormd door de minister, gedeputeerde Remco van Lunteren van de provincie Utrecht en CEO Henk Broeders van Capgemini, bekrachtigen middels een bereikbaarheidsverklaring de afspraken over te nemen maatregelen en spreken elkaar aan op een succesvolle uitvoering ervan.

In de regio Midden Nederland hebben twintig beeldbepalende werkgevers zich laten inspireren door de opgave van het **Programma Beter Benutten**. Zij hebben een concreet maatregelpakket opgesteld, dat zij zelf binnen drie jaar in zijn geheel tot uitvoer willen brengen. De maatregelen zijn gerelateerd aan de door de werkgevers zelf aangedragen concrete (bereikbaarheids)problemen en/of doelstellingen. Met onderhavige samenwerkingsovereenkomst willen de partijen naar elkaar toe duidelijke afspraken vastleggen om dit daadwerkelijk te realiseren.

2 De partijen

1. **Achmea**, gevestigd te Zeist, vertegenwoordigd door mevrouw E.M. van der Kruit, directeur MVO
2. **Arcadis**, gevestigd te Amersfoort, vertegenwoordigd door mevrouw J.A.M. van Hengstum, directeur Marktgroep Verkeer & Vervoer
3. **Arval**, gevestigd te Houten, vertegenwoordigd door de heer D. Bakker, commercieel directeur
4. **ASR**, gevestigd te Utrecht, vertegenwoordigd door de heer J.P.M. Baeten, CEO
5. **Berenschot**, gevestigd te Utrecht, vertegenwoordigd door de heer L. Hoeksema, lid van de directie van Berenschot Groep B.V.
6. **BMC Groep**, gevestigd te Amersfoort, vertegenwoordigd door A. Jansen, CEO
7. **Capgemini**, gevestigd te Utrecht, vertegenwoordigd door de heer H. Broeders, CEO
8. **Conclusion**, gevestigd te Utrecht, vertegenwoordigd door de heer E. Verkoren, Algemeen directeur
9. **DHV**, gevestigd te Amersfoort, vertegenwoordigd door de heer P.W. Besselink, Lid Raad van Bestuur
10. **FrieslandCampina**, gevestigd te Amersfoort, vertegenwoordigd door de heer J. Elfers, directeur HR
11. **Imtech | Peek Nederland**, gevestigd te Amersfoort, vertegenwoordigd door de heer W. Hartman, Managing Director Peek Nederland
12. **PGGM**, gevestigd te Zeist, vertegenwoordigd door de heer J. van der Zwaag, directeur IFS
13. **SNS Reaal**, gevestigd te Utrecht, vertegenwoordigd door de heer R. Doevendans, directeur P&O
14. **Strukton Rail**, gevestigd te Utrecht, vertegenwoordigd door de heer D.K. Schonebaum, directeur
15. **Twynstra Gudde**, gevestigd te Amersfoort, vertegenwoordigd door mevrouw W.E.M. Peper, Lid directieteam
16. **UMC Utrecht**, gevestigd te Utrecht, vertegenwoordigd door de heer P.F.C.C.M Duif, Hoofd Vastgoed & Huisvesting
17. **VolkerRail**, gevestigd te Vianen, vertegenwoordigd door de heer P.M. Groen, directeur

3 Overwegingen

De partijen nemen het volgende in overweging:

- Zij streven naar een gezonde economie met een (inter-)nationale concurrentiekracht en met een aantrekkelijke leefomgeving.
- De bereikbaarheid van de **regio Midden Nederland** heeft te lijden onder de toegenomen en nog steeds toenemende verkeersdruk.
- Een slechte bereikbaarheid schaadt de positie van zowel de regio (aantrekkings- en concurrentiekracht, leefbaarheid en milieukwaliteit) als van individuele werkgevers (bereikbaarheid, imago, kosten, positie arbeidsmarkt en werknemerstevredenheid).
- Zij hebben eenzelfde ambitie, namelijk het verbeteren van de bereikbaarheid van de **regio Midden Nederland**, vanuit de perspectieven economie én duurzaamheid.
- De overheden hebben met het **Programma Beter Benutten** tot doel een maatregelenpakket te ontwikkelen voor de verbetering van de bereikbaarheid van de regio.
- **Slim Werken Slim Reizen** is een bewezen instrument om de verkeersdruk gedurende de spitsperiodes te verlichten en de mobiliteit te verduurzamen. Bovendien maakt het onderdeel uit van het maatregelenpakket van de betrokken werkgevers.
- De geplande en in studie genomen investeringen in openbaar vervoer en infrastructuur zijn noodzakelijk, maar zullen ook dan nog onvoldoende tegemoet komen aan de groei van het personen- en vrachtvervoer.
- Inspanningen door werkgevers worden beloond met investeringen en maatregelen door de overheden.

4 Afspraken

De partijen, spreken een onderlinge inspanningsafspraken af en komen als volgt overeen:

1. Het gezamenlijke doel van deze overeenkomst is om de door de betreffende werkgevers ervaren bereikbaarheidsproblemen op te lossen, wat moet bijdragen aan een betere bereikbaarheid in de regio Midden-Nederland.
2. Het gaat om problemen en kansen die in het domein van **Slim Werken Slim Reizen** liggen en waarbij het samen oppakken tot beter resultaat leidt dan wanneer een individuele partij dat zelf zou doen.
3. De effecten van het gezamenlijk oppakken van problemen en kansen op het gebied van **Slim Werken Slim Reizen** leiden tot een verbetering van de bereikbaarheid in de spits.
4. De partijen onderschrijven hiermee de doelstelling uit het **Programma Beter Benutten**.
5. Zij vormen voor de uitvoering van de projecten een krachtige coalitie en richten hiertoe een platform op onder de naam U15, met een voorzitter en eigen projectorganisatie.
6. De partijen voeren voor 1 januari 2015 minimaal de 29 projecten uit het **Maatregelenpakket Beter Benutten regio Midden Nederland; de vraagzijde** uit (zie bijlage 1). Het maatregelenpakket is dynamisch en kan worden uitgebreid met projecten die voldoen aan de voorwaarden onder 2 en 3.
7. De projecten die de partijen uitvoeren, kennen zonder uitzondering concrete doelstellingen waarop de partijen gericht zullen sturen.
8. Iedere partij levert aan menskracht een minimale jaarlijkse inspanning van twee dagen per maand voor het bouwen van een krachtige coalitie en het realiseren van gezamenlijk benoemde projecten.
9. De CEO/directies van partijen zijn de ambassadeurs van de U15. Jaarlijks treffen zij elkaar tijdens het U15 ambassadeursdiner.

5 Ondertekening

Achmea, mevrouw E.M. van der Kruit, directeur MVO

Arcadis, mevrouw J.A.M. van Hengstum, directeur Marktgroep Verkeer & Vervoer

Arval, heer D. Bakker, commercieel directeur

ASR, heer J.P.M. Baeten, CEO

Berenschot, heer L. Hoeksema, lid van de directie van Berenschot Groep B.V.

BMC Groep, heer A. Jansen, CEO

Capgemini, heer H. Broeders, CEO

Conclusion, heer E. Verkoren, Algemeen directeur

DHV, heer P.W. Besselink, Lid Raad van Bestuur

FrieslandCampina, heer J. Elfers, directeur HR

Imtech | Peek Nederland, heer W. Hartman, Managing Director Peek Nederland

PGGM, heer J. van der Zwaag, directeur IFS

SNS Reaal, heer R. Doevedans, directeur P&O

Strukton Rail, heer D.K. Schonebaum, directeur

Twynstra Gudde, mevrouw C.E.M Lemmens, Lid directieteam

UMC Utrecht, heer P.F.C.C.M Duif, Hoofd Vastgoed & Huisvesting

VolkerRail, heer P.M. Groen, directeur

Bijlage 1: Maatregelenpakket

Uitgangspunten

Twintig beeldbepalende werkgevers in de regio Utrecht willen elkaar inspireren om een grote sprong voorwaarts te maken in de wijze waarop zij invulling geven aan slim werken en reizen. Zij committeren zich de komende drie jaar om hier samen de schouders onder te zetten. De werkgevers hebben in dit document een eerste programma geschetst. Niet als blauwdruk, maar meer als kompas dat ruimte biedt om onderweg te leren.

Doel van het gezamenlijke programma is om concrete invulling te geven aan het begrip *duurzaam werkgeverschap* in relatie tot hun medewerkers en hun omgeving. Met dit begrip willen de werkgevers benadrukken dat zij:

1. streven naar structureel beleid op dit terrein (de hype voorbij);
2. verbindend willen zijn richting de huidige en een nieuwe generatie medewerkers (aantrekkelijk werkgeverschap);
3. negatieve maatschappelijke effecten van hun handelen willen minimaliseren (duurzaamheid).

Iedere werkgever:

- kiest voor de maatregelen die passen bij het oplossen/realiseren van de eigen knelpunten/doelstellingen.
- ondersteunt waar mogelijk bij het helpen oplossen/realiseren van de knelpunten/doelstellingen van andere werkgevers.

Voor een succesvol traject stellen de werkgevers vooraf vier voorwaarden:

- **Iedere partij floreert binnen zijn eigen domein**

Van de overheid verwachten de werkgevers een ondernemende opstelling. Binnen haar primaire taakvelden (wetgeving en fiscaliteiten) pakt de overheid door om voor de werkgevers de juiste condities te scheppen. Zelf zorgen zij voor de juiste omgeving voor hun medewerkers, zodat deze de juiste keuze maken in waar, hoe en wanneer ze werken en de wijze waarop zij hun reizen organiseren.

Producten/diensten die hierbij horen worden door marktpartijen aangeboden. De overheid heeft in principe geen rol in het aanbieden van producten en diensten.

- **Het aanbod van producten en diensten kent een structureel karakter**

De werkgevers hebben behoefte aan producten en diensten met een structureel karakter. Alleen dan kunnen zij een duurzaam beleid op het gebied van slim werken en reizen voor hun medewerkers opzetten. Om die reden zitten de werkgevers niet te wachten op tijdelijke oplossingen die door de overheid met subsidie op de markt worden gezet.

- **Producten en diensten dienen op landelijk niveau beschikbaar te zijn**

Het huidige beleid om slim werken en reizen te stimuleren kent een sterk regionaal karakter. Wat in de ene regio wordt aangeboden, kan een werkgever in een andere regio haar medewerkers niet bieden. De werkgevers willen vanuit de krachtenbundeling in de regio Utrecht nationale producten en diensten afdwingen. Het programma Beter Benutten Utrecht moet dit streven ondersteunen.

- **Bij de uitvoering dient gebruik gemaakt te worden van bestaande structuren**

Het programma Beter Benutten is niet het enige programma dat een inspanning van de werkgevers verwacht. In 2009 is een regionaal convenant gesloten waaraan inmiddels meer dan 250 werkgevers deelnemen. Verder is een groot aantal werkgevers uit deze regio aangesloten bij de B50, onderdeel van het Platform Slim Werken Slim Reizen. Tot slot speelt de AWWN een vooraanstaande rol in de ontwikkeling van arbeidsvoorwaarden die passen bij een nieuwe generatie werknemers.

De werkgevers willen met het programma Beter Benutten Utrecht goed aansluiten bij bestaande structuren door nieuwe activiteiten op de juiste plaats tot stand te laten komen.

De werkgevers willen zich de komende drie jaar collectief inspannen om haar medewerkers gemiddeld één dag in de week minder met de auto in de spitsperioden te laten reizen ten opzichte van de huidige situatie. Daarnaast willen zij andere werkgevers in de regio inspireren om ook stappen te zetten op weg naar slim werken en reizen.

In de eerste gezamenlijke bijeenkomst in oktober vertalen de werkgevers bovenstaande collectieve ambitie naar individuele inspanningen per werkgever, waarbij iedere werkgever invulling geeft aan haar eigen ambitie.

Programma U15

Onderstaand programma moet niet worden gelezen als een blauwdruk. Het is een dynamisch programma waar maatregelen aan kunnen worden toegevoegd, of zo nodig worden geschrapt. Onderweg leren is het devies. In de eerste bijeenkomst van de U15 wordt focus aangebracht in het programma.

Krachtige coalitie van werkgevers

De beeldbepalende werkgevers in de regio Utrecht willen het heft in eigen hand nemen om de grote sprong voorwaarts te realiseren. Het motto van de werkgevers is:

Binnen de huidige kaders kunnen wij al veel doen. Als de overheid de kaders verbetert, kunnen wij nog meer doen. Maar daar gaan we niet op wachten.

De werkgevers willen een krachtige coalitie smeden die:

- Kennisuitwisseling en inspiratie centraal zet, zodat deelnemende werkgevers de volgende stappen kunnen zetten;
- De CEO uit het bestuurlijke trio ondersteunt bij de uitvoering van het programma Beter Benutten Utrecht;
- Zelf de uitvoering van het programma oppakt en aanstuurt en hiervoor tijd in de organisatie vrijmaakt;
- Een communicatiestrategie uitwerkt om andere werkgevers in de regio Utrecht te stimuleren om in actie te komen;
- Innovatie en ondernemerschap aanjaagt en van Utrecht een broedkamer van kansrijke innovatieve producten en diensten maakt;
- Samen optrekt naar de (lokale) politiek;
- Doet wat zij beloven door de effecten van hun handelen te meten. Hiervoor willen zij een dashboard ontwikkelen die op een eenvoudige wijze inzicht geeft in de geboekte resultaten in termen van minder auto's, CO2-besparing en kostenbesparing.

Het signatuur van de op te richten organisatie is nadrukkelijk die van een doeclub. De organisatie waarin zij zelf de drijvende kracht zijn, gaat zich richten op concrete acties die leiden tot de verdere invulling van duurzaam werkgeverschap. Kenmerken van de organisatie zijn: zelfsturend, realistisch (niet met te veel partijen grote ingewikkelde dingen doen) en gericht op van elkaar leren.

De werkgevers worden ondersteund door een aan te stellen secretaris en een communicatieteam, dat deels bestaat uit medewerkers die werkzaam zijn bij de deelnemende werkgevers.

De nieuwe organisatie, met als naam de U15, komt begin oktober voor het eerst bijeen om een concreet plan voor het eerste jaar uit te werken. Belangrijk is om dan focus aan te brengen in het programma. In oktober vinden ook al gesprekken plaats met de landelijke en regionale overheden. Vanaf november ligt de focus op de uitvoering van een programma.

Communicatie

De coalitie van werkgevers is unaniem over de rol van communicatie. Alleen met een uitgekende communicatiestrategie is de grote stap voorwaarts te realiseren. Onderdelen zijn:

Extern

- **Grootschalige regionale campagnes**

Hoe bereik je een grotere doelgroep wanneer de bekendheid van andere werkgevers over een initiatief beperkt is. Zodra de werkgevers op stoom zijn en de eerste resultaten zijn geboekt, zullen grootschalige campagnes in de regio Utrecht worden uitgezet om met goede voorbeelden andere werkgevers in de regio te bereiken.

- **Concrete producten en diensten voor MKB ondernemers**

MKB ondernemers zitten niet te wachten op adviesrapporten. Zij willen aanhaken bij successen die grotere en innoverende werkgevers hebben bereikt. De werkgevers in de U15 gaan marktpartijen stimuleren om concrete producten en diensten ontwikkelen die grootschalig kunnen worden uitgezet. Een van de mogelijkheden die is geopperd, betreft de ontwikkeling van Groupon-achtige aanbiedingen voor werkgevers.

Intern

- **Kennisuitwisseling**

De werkgevers gaan intensief kennis uitwisselen om elkaar en de bestaande dienstverlening verder te helpen. Rond thema's zullen werkgevers elkaar stimuleren om de volgende stap te zetten. Dat wat werkt wordt vervolgens in campagnes uitgezet richting andere werkgevers.

- **Van U15 naar U51**

De beeldbepalende werkgevers beginnen in eerste instantie in een kleine setting. Pas nadat structuren, werkwijzen en afspraken helder zijn, willen zij groeien naar een club van maximaal 51 gelijkgestemde om samen de sprong voorwaarts te maken. Om de dynamiek in de groep te houden, willen de werkgevers niet onbeperkt groeien.

- **Interne communicatie gericht op gedragsverandering**

De werkgevers bieden nu al veel mogelijkheden aan om slim te werken en reizen. Toch is het werkelijk veranderen van het reis- en werkgedrag van medewerkers lastig; vaste patronen worden niet zomaar losgelaten. Van belang is om 'op de juiste knoppen te drukken', waardoor de aanwezige maatregelen/mogelijkheden beter worden benut. De werkgevers gaan binnen de eigen organisatie trajecten uitzetten om het gebruik van de maatregelen te stimuleren. De werkgevers willen hierin samen optrekken om van elkaar te leren en kennis en ervaringen uit te wisselen.

Algemeen

- **Doelgroepenbenadering**

Om medewerkers te bewegen hun gedrag aan te passen zal de communicatie straks per doelgroep worden georganiseerd. Alleen de automobilist verleiden om vaker op de fiets te komen en niet de bestaande fietser lastig vallen met acties die niet voor hem zijn bedoeld. De medewerker waarop de communicatie zich richt voelt zich dan meer aangesproken. De werkgevers gaan hiervoor het huidige reisgedrag van hun medewerkers (waar nodig) beter in kaart brengen.

De werkgevers gaan zelf aan de slag om een communicatiestrategie uit te werken. Zij stellen hiervoor mensen beschikbaar, gaan intensief kennis delen en verzamelen en gaan binnen de eigen organisatie aan de slag om het gebruik van aangeboden diensten te verhogen.

Fiets

De werkgevers zien goede kansen om het fietsgebruik verder te stimuleren. Dit komt vooral door het succes van de E-bike. Hierdoor is een nieuwe doelgroep voor de fiets ontstaan. Medewerkers die op een afstand van 7,5 tot 15 kilometer van het werk wonen, kunnen nu ook heel goed per fiets reizen. In potentie is dit gemiddeld zo'n 20% van het totaal aantal werknemers binnen een organisatie.

- **Landelijke beschikbaarheid campagne Rij2op5**

De fietsstimulerings-campagne Rij2op5 is in de provincie Utrecht een succes. Werkgevers lopen echter tegen het probleem aan dat het een lokale campagne is, die zij niet in andere vestigingen kunnen aanbieden. Om Rij2op5 echt een succes te laten zijn, moet deze campagne landelijk beschikbaar komen.

Tevens moet het aantal beschikbare E-bikes per werkgever worden uitgebreid. De U15 wil de stap naar landelijke beschikbaarheid ondersteunen. Belangrijk is dat het een zelfstandig product is dat geen overheidssteun nodig heeft, zodat het past binnen het structurele beleid dat de werkgevers voeren.

- **Verbeteren onderhoud fietspaden**

De lokale overheden worden gevraagd om een eenvoudige procedure te ontwikkelen om slechte of ontbrekende fietsinfrastructuur te melden en daarop vervolgens snel actie te ondernemen. Over drie jaar moet de provincie Utrecht de provincie zijn met de beste infrastructurele voorzieningen voor de forens.

- **Fietsplan optrekken t.b.v. E-bike**

Door de komst van de E-bike zien werkgevers een nieuwe groep potentiële fietsers ontstaan. Het ontbreekt echter aan goede fiscale ondersteuning. Er is een fietsplan, maar dit is beperkt tot € 749. Een elektrische fiets kost gemiddeld € 2.500. De werkgevers verwachten van de Minister meer ruimte voor het fiscaal stimuleren van de E-bike. Ook een aantal belemmerende voorwaarden bij de huidige regeling dient te verdwijnen.

Openbaar vervoer

Openbaar vervoer staat door bezuinigingen onder druk. Toch zien de werkgevers juist in dit klimaat kansen om het collectieve vervoer naar bedrijventerreinen te verbeteren. Zij willen in de regio een tweetal projecten starten die de mogelijkheden hiertoe inzichtelijk maken. Aan de overheid vragen zij om deze projecten mogelijk te maken en waar mogelijk samen druk te zetten richting aanbieders om werkgevers te voorzien van de juiste individuele managementinformatie. Alleen dan kunnen zij de individuele medewerker stimuleren om vaker te kiezen voor het openbaar vervoer.

- **Nieuwe vormen van collectief vervoer naar bedrijventerreinen**

Naar veel bedrijventerreinen laat het openbaar vervoer te wensen over. Door de komende bezuinigingen wordt dit naar verwachting niet beter. De werkgevers willen op een bedrijventerrein een project starten om tot een betere invulling van het collectieve vervoer te komen. Aanbieders worden uitgedaagd om samen met de werkgevers (de klant) hier invulling aan te geven, terwijl de werkgevers hun medewerkers actief gaan stimuleren om hier vervolgens gebruik van te maken. De lokale overheid wordt gevraagd om een dergelijk initiatief nu en in de toekomst vanuit de concessieverlening te ondersteunen. Binnen drie jaar willen de werkgevers minimaal een succesvol project hebben gerealiseerd.

- **De forens als specifieke doelgroep**

De werkgevers willen samen met de vervoerder zoeken naar een unieke benadering van de forens, zowel voor te leveren service als voor de aan te bieden dienst. Meer medewerkers zouden gebruik maken van het openbaar vervoer als zij daarbij een totaal product geleverd krijgen dat beter bij hun behoefte aansluit. Rijnsweerd leent zich goed om daar een proef te starten voor een passend openbaar vervoerproduct.

- **Leveren van de juiste managementinformatie**

Werkgevers zijn steeds meer op zoek naar managementinformatie over het reis- en werkgedrag van individuele medewerkers. Met deze informatie kunnen zij veel gerichter medewerkers stimuleren om bijvoorbeeld vaker gebruik te maken van het openbaar vervoer. Ook kunnen zij in mobiliteitsbudgetten dan de juiste prikkels inbouwen. Op dit moment kunnen onder andere de NS en vele andere aanbieders deze informatie niet opleveren. Samen met de Minister en regionale bestuurders willen de werkgevers in kaart brengen waaraan dit ligt, zodat op korte termijn deze omissie wordt weggenomen.

- **Landelijke beschikbaarheid van de Utrecht Bereikbaarpas**

De werkgevers zien de Utrecht Bereikbaarpas als een ander succesvol regionaal project. De afgelopen jaren zijn jaarlijks meer dan 20.000 passen afgenomen. Ook hier willen de werkgevers samen met de overheid kijken op welke wijze de successen van dit project kunnen worden gecontinueerd en landelijk worden opgeschaald. Voor het kunnen voeren van structureel beleid is het voor de werkgevers belangrijk dat er straks een zelfstandig product komt dat in heel Nederland kan worden afgenomen.

- **Masterplan openbaar vervoer**

De werkgevers bieden de lokale overheden aan om mee te denken bij het opstellen van een masterplan openbaar vervoer. Ook de vervoerders zijn van harte welkom om in overleg met de werkgevers uit de U15 hun huidige vervoersdiensten te verbeteren.

Persoonlijk mobiliteitsbudget

De huidige arbeidsvoorwaarden waaronder de leaseauto en reiskostenvergoedingen passen steeds minder goed bij de wensen van de medewerkers en bieden bovendien weinig prikkels om het gewenste reis- en werkgedrag te belonen. De beeldbepalende werkgevers in Utrecht willen bijna allemaal op korte termijn naar de invoering van persoonlijke mobiliteitsbudgetten voor hun medewerkers. Hiermee willen zij hun medewerkers flexibele arbeidsvoorwaarden bieden die het beste passen bij hun persoonlijke situatie en hen stimuleren bewuster om te gaan met de wijze waarop zij hun werk en reizen in richten. Technisch is er steeds meer mogelijk, het komt er nu op aan om de omgeving te bieden om snel de eerste successen te boeken.

- **Fiscaal regime om invoering aantrekkelijk te maken**

Werkgevers in de regio Utrecht die aan de slag willen met persoonlijke mobiliteitsbudgetten krijgen gedurende de periode van Beter Benutten een aantrekkelijk fiscaal regime aangeboden. In deze periode wordt voor de werkgevers de werkkostenregeling opgetrokken van 1,4% naar 2,4% voor het voeren van een duurzamer mobiliteitsbeleid. Een andere mogelijkheid is dat de werkgevers de ruimte krijgen om het gebruik per kilometer te belasten in plaats van de huidige vaste bijtelling voor leaseauto's. In overleg met de werkgevers en de belastingdienst wordt een fiscaal regime afgesproken, dat bij gebleken succes voor beide partijen landelijk kan worden ingevoerd.

- **Kennis delen**

Werkgevers gaan actief kennis en ervaringen delen op het gebied van arbeidsvoorwaarden en persoonlijke mobiliteitsbudgetten. Doel is om gezamenlijk nieuw beleid te ontwikkelen en elkaar te ondersteunen bij het overwinnen van obstakels om dit binnen hun organisatie in te voeren. Doel is om binnen drie jaar bekend te staan als een van de meest vooruitstrevende regio's in Nederland. Ervaringen binnen de B50 en bij de AWVN worden gedeeld en waar nodig ondersteund.

Parkeren

Parkeerbeleid door werkgevers is een van de krachtigste manieren om het reisgedrag van forensen te beïnvloeden. Het is misschien wel dé knop om aan te draaien voor een werkgever. Door een nieuwe kijk op werken en een hogere bezettingsgraag van kantoren neemt de druk op het formuleren van parkeerbeleid bij vooral werkgevers in de binnenstad toe. Zij zijn op zoek naar alternatieve vormen van parkeren.

- **Uitbreiden succesvolle P+R terreinen**

De werkgevers zien dat sommige P+R terreinen succesvol zijn. Soms zijn deze terreinen niet eens als zodanig benoemd, maar functioneren zij uitstekend. In het kader van Beter Benutten willen de werkgevers samen met de regionale overheden succesvolle P+R terreinen uitbreiden, de mogelijkheid krijgen om daar parkeerplaatsen te huren en commerciële partijen de ruimte bieden om nieuwe P+R terreinen uit te baten.

- **Realiseren van Park+Bike terreinen**

De auto en de fiets zijn vergelijkbare vervoerwijzen. Individueel en beschikbaar wanneer jij dat wilt. De automobilist die op strategische punten kan overstappen op een fiets ontlast de verkeersdruk in de binnensteden. De werkgevers willen voor 2015 minimaal twee Park+Bike terreinen hebben gerealiseerd in Amersfoort en/of Utrecht. Aan de rand van de steden kunnen werkgevers parkeerplaatsen huren, waarvandaan hun medewerkers per fiets eenvoudig verder kunnen reizen.

- **Geen fiscale beperkingen**

Parkeren bij of in de nabijheid van de werklocatie mag gratis aan de medewerker worden aangeboden. Parkeerplaatsen die verder weg liggen, worden geacht binnen de 0,19 cent per kilometer te vallen en dienen daarmee door de medewerker zelf te worden betaald. Indien de werkgever dat betaalt, wordt dat gezien als loon in natura. De werkgevers willen een uitspraak van de Minister dat gehuurde

parkeerplaatsen op afstand niet anders worden belast dan de parkeerplaatsen bij de werklocatie. Alleen dan zijn bovenstaande projecten te realiseren.

- **Introduceren van een sturend parkeerbeleid**

Binnen de mogelijkheden die de arbeidsmarkt biedt, willen de werkgevers werken aan een sturend parkeerbeleid, waarbij de beschikbaarheid van een parkeerplaats niet meer als een vanzelfsprekendheid wordt gezien. Ervaringen worden gedeeld over toewijzen van parkeerplaatsen, belonen van medewerkers die afzien van een parkeerpas en kosten van parkeren doorbelasten binnen het mobiliteitsbeleid. Binnen drie jaar moet dit leiden tot een andere kijk op parkeren bij werkgevers.

Overige maatregelen

De werkgevers zien ook een aantal losse maatregelen als zeer kansrijk om de sprong voorwaarts te maken. Hierbij gaat het om het introduceren van een nieuwe vorm van parkmanagement, het nieuwe werken, lokaal werven, werken onderweg en een structurele vorm van Spitsvrij.

- **Nieuw vorm van parkmanagement**

De huidige parkmanager heeft vaak een passieve rol in het aanbieden van diensten en producten. Wanneer de werkgevers op het terrein iets willen en daarvoor bereid zijn te betalen, dan wil de parkmanager dat wel organiseren. Gezamenlijke diensten op het gebied van mobiliteit komen daardoor weinig van de grond. Op de Uithof willen de werkgevers experimenteren met een nieuwe commerciële vorm van parkmanagement. Een commerciële uitbater krijgt de mogelijkheid om voor de bedrijven gezamenlijke diensten te ontwikkelen en af te zetten. Hierbij denken de werkgevers aan diensten zoals gezamenlijke inkoop, beheer van (elektrische) poolauto's en fietsen en het efficiënt benutten van elkaars parkeerplaatsen.

- **Structureel automobilisten prikkelen om spits te mijden**

In Utrecht is een succesvolle proef gestart met het belonen van automobilisten voor het mijden van spitsperiodes met de auto. Meer dan 60 werkgevers hebben zich aangemeld als Spitsvrij-werkgever en stimuleren hun medewerkers om deel te nemen aan de proef. Eind 2012 vervalt de beloning en de angst bij de werkgevers is dat hun medewerkers dan weer terugvallen in hun oude gedrag. Zij willen op zoek naar vormen van beloning die ook na de huidige proefperiode in stand gehouden kunnen worden en die niet door de overheid gefinancierd hoeven te worden.

- **Werken onderweg**

De meeste deelnemende werkgevers hebben ook vestigingen in andere delen van het land. Naast commerciële alternatieven die op steeds meer plaatsen het licht zien, willen de werkgevers de mogelijkheden vergroten om onderweg te werken door hun kantoren open te stellen voor werknemers van andere organisaties in de U15. Samen bieden zij een landelijk dekkend netwerk. Het wegnemen van obstakels en het eenvoudig reserveren van een werkplek betreffen de belangrijkste elementen uit dit project.

- **Moderne wetgeving voor het nieuwe werken**

De werkgevers zien in het nieuwe werken een grote kans om de grote sprong voorwaarts te maken. Ervaringen en kennis worden uitgedeeld, bestaande subsidiemogelijkheden worden benut en de invoering van het nieuwe werken wordt door de werkgevers zelf bij de hand genomen. De landelijke overheid wordt gevraagd om het proces dat bij de werkgevers gaande is te stimuleren om bestaande wet- en regelgeving te moderniseren en meer toe te spitsen op de wensen van deze tijd. Het gaat dan onder andere om regels en fiscale mogelijkheden voor de inrichting van werkplekken en de zorgplicht.

- **Het bevorderen van lokaal werven**

Binnen de mogelijkheden die de arbeidsmarkt biedt, zien werkgevers kansen voor een afname van woon-werkverkeer door vaker lokaal personeel te werven. Zij willen lokaal werven opnemen in hun beleid, waardoor eerder wordt gekozen voor personeel woonachtig in de directe omgeving. Een aantal werkgevers heeft al goede ervaring opgedaan met lokaal werven. De werkgevers gaan in kaart brengen welke specifieke mogelijkheden (zoals websites) er al zijn om lokaal personeel te werven en welke ervaringen de verschillende werkgevers al hebben. Zo nodig laten zij ontbrekende producten en diensten ontwikkelen.

- **Slimme technische oplossingen stimuleren**

Er komen steeds meer slimme oplossingen op de markt die medewerkers de mogelijkheid bieden om een keuzereiziger te worden. Go about (planning reizen vanuit Outlook) en alert systemen van NS en de Rabobank informeren de medewerker over alternatieven voor de auto of waarschuwen wanneer er lange files op de route staan. Ook andere technische oplossingen, zoals reistijdvoorspellingen op smart phones hebben veel potentie. De U15 wil aanbieders mogelijkheden bieden om tools bij hen te testen en de ervaringen vervolgens onderling uit te wisselen.