

Nike wil voorop lopen

“Nike wil voorop lopen, ook op het gebied van mobiliteit. Hiervoor formuleren we de komende maanden een lange termijnstrategie die we zullen uitwerken in jaarplannen. Er is een multidisciplinair team opgezet dat voor de zomer bij de directie de ideeën moet ontvouwen. In de uitwerking van de jaarplannen zullen *incentives* en *quick wins* een belangrijke plaats innemen.”

Miriam van Tuijl, FS Communication Specialist

Nike – Multidisciplinaire aanpak stevige basis voor groen mobiliteitsplan

Miriam van Tuijl, FS Communication Specialist

In het kort

Corporate Responsibility (CR) is een groot goed binnen Nike. Zowel op het gebied van *community, diversity, workers & factories* als *environment*. Veelal is Nike koploper in CR, zoals met het duurzaam gebouwde hoofdkantoor, de ‘campus’. Dit milieubewustzijn is echter nog minder sterk doorgetrokken naar de mobiliteit van de medewerkers. Hierin wil Nike graag een volgende stap zetten. De aanpak? Een multidisciplinair team formuleert een lange termijnstrategie met een looptijd van 10 jaar, die wordt uitgewerkt in jaarplannen. Die multidisciplinaire aanpak waarborgt dat de belangen van de verschillende afdelingen goed worden vertegenwoordigd.

Organisatie

In 1962 richtten Bill Bowerman en Phil Knight het bedrijf Blue Ribbon Sports (BRS) op. Die bedrijfsnaam veranderden zij in 1972 in de naam Nike, naar de Griekse godin van de overwinning. Inmiddels is het logo van de onderneming, de Swoosh, een van 's werelds bekendste merktekens. Nike had in 2006 wereldwijd 26.700 werknemers in dienst en een omzet van 15 miljard dollar.

In Hilversum is het hoofdkantoor (campus) van Nike gevestigd voor Europa, Afrika en het Midden-Oosten. De missie van Nike is ‘To bring inspiration and innovation to every athlete in the world’. Dit heeft betrekking op schoeisel, kleding, sportbenodigdheden en accessoires. Op de campus in Hilversum werken ongeveer 1750 mensen.

Locatie

De campus van Nike is gevestigd op Arenapark 2. Voorheen lag hier de paardenrenbaan van Hilversum. De vestiging ligt op 10 minuten loopafstand van het treinstation Hilversum Sportpark. Per bus is het gebied nauwelijks te bereiken. De verwachting is dat die bereikbaarheid in 2008 met een snelle busdienst verbeterd wordt. Nike ligt dichtbij de A27 aan en is met de auto zeer goed bereikbaar.

De keuze voor Hilversum als vestigingslocatie is voor een belangrijk deel gebaseerd op de afstand tot Schiphol (al het zakelijke verkeer van Nike gaat per vliegtuig), de overeenkomst tussen deze locatie en die van het hoofdkantoor in Beaverton (Amerika), de nabijheid van een bos waar werknemers kunnen sporten (joggen, fietsen) en de slagvaardigheid van de gemeente Hilversum.

Bij Nike in Hilversum werken veel jonge, dynamische mensen, afkomstig uit alle delen van de wereld (circa 40 landen). Veel van hen zien een baan bij Nike als mooie gelegenheid om in korte tijd veel werkervaring op te doen en vervolgens een nieuwe carrièrestap te maken, binnen of buiten Nike.

Mede hierdoor is de jaarlijkse in- en uitstroom redelijk hoog: ongeveer 20 procent per jaar. De medewerkers van Nike wonen gemiddeld ver van hun werk (33 km t.o.v. 16 km landelijk). Doordat veel medewerkers maar een paar jaar bij Nike werken, is de bereidheid om richting Hilversum te verhuizen gering.

Vraagstuk

Corporate Responsibility (CR) is een groot goed binnen Nike. Zowel op het gebied van *community, diversity, workers & factories* als *environment*. Het hoofdkantoor in Hilversum was bij de bouw in 1999 revolutionair qua opzet en gebruik van materialen. Zo wordt het regenwater op het dak verzameld voor gebruik in de tuinen en toiletten. In de zomer wordt warmte opgeslagen voor gebruik in de winter, en de kou in de winter wordt gebruikt voor koeling in de zomer. De nieuwe gebouwen die Nike binnenkort op haar terrein gaat bouwen zijn zelfs geheel *self supporting*. Dit milieubewustzijn is echter nog minder sterk doorgetrokken naar de mobiliteit van de medewerkers. Hierin wil Nike graag een volgende stap zetten.

Insteek is het verder uitwerken van het groene bedrijfsimago, door het opstellen van een mobiliteitsplan. Milieu is heel nadrukkelijk de belangrijkste drijfveer, niet bereikbaarheid en parkeren. Dat neemt niet weg dat Nike zich ernstig zorgen maakt over de bereikbaarheid van Arenapark. Zeker als de groei van het aantal kantoren in Arenapark doorzet, en deze bedrijven niet in staat zijn om de parkeercapaciteit goed op de vraag af te stemmen. Het gebied loopt nu al over qua auto's. Nike beschikt zelf overigens over voldoende parkeercapaciteit.

Welke maatregel?

Nike wil voorop lopen, ook op het gebied van mobiliteit. Hiertoe formuleert Nike een lange termijnstrategie met een looptijd van 10 jaar, die wordt uitgewerkt in jaarplannen. Er is een multidisciplinair team opgezet dat voor de zomer van 2007 bij de directie de ideeën moet ontvouwen. Het team bestaat uit:

- Een lid van de OR (bij Nike Voice genoemd).
- Twee medewerkers HRM.
- Een medewerker Corporate Responsibility.
- Twee medewerkers Facility Services.

Flexibiliteit (keuzevrijheid) van de medewerkers is een belangrijk vertrekpunt voor het nieuwe mobiliteitsplan. Zij moeten kunnen kiezen uit nieuwe, aanvullende maatregelen, die de automobility terugdringen. In de uitwerking van de jaarplannen zullen *incentives* en *quick wins* een belangrijke plaats innemen.

Het team wordt ondersteund door Verkeer.advies. Dit adviesbureau heeft in 2006 een uitgebreid onderzoek onder de medewerkers uitgevoerd. Ruim 40 procent van de medewerkers heeft hieraan meegewerkt. Het onderzoek heeft Nike een duidelijk beeld gegeven hoe de medewerkers naar het werk komen en wat men wil. Er liggen voldoende kansen met betrekking tot reisafstand, woonlocatie en motivatie en bereidwilligheid van medewerkers om het autogebruik terug te dringen. Een volgende stap is het bepalen van mogelijke oplossingen en te nemen acties. Verkeer.advies blijft voorlopig betrokken. Zo ontwikkelt dit bureau een dienst waarmee nieuwe medewerkers persoonlijk advies over efficiënt woon-werkverkeer kan worden gegeven.

Dat Nike het mobiliteitsvraagstuk onder de loep neemt, betekent niet dat de onderneming nu niets aan mobiliteitsmanagement doet. Integendeel. Werknemers kunnen gebruikmaken van de volgende voorzieningen:

- Trajectkaart voor woon-werkverkeer (100 procent vergoed).
- Privé-auto voor woon-werkverkeer (€ 65,-, € 97,50 of € 130,- per maand).
- Leaseauto (voor wie daar vanuit zijn functie voor in aanmerking komt).
- Financiële vergoeding voor gebruik van de privé-auto in plaats van leaseauto; afhankelijk van de salarisschaal een vergelijkbaar bedrag.
- Reiskostenvergoeding voor zakelijk verkeer met de privé-auto (€ 0,19 per km).

Nike moedigt gebruik van het OV aan. En met succes: 25 procent van de werknemers heeft een OV-jaarkaart, tegenover 10 procent in de benchmark. Nike kent zeer flexibele werktijden en via intranet wordt carpoolen gestimuleerd. Zo parkeren er dagelijks 748 auto's bij Nike, tegenover 840 in de benchmark. In het kader van het nieuwe mobiliteitsplan wil Nike binnenkort de ABC-normering op de leaseauto's (nu veelal BMW en Audi) doorvoeren. Mogelijkheden daarvoor worden momenteel door de afdeling HRM afdeling onderzocht. Dit als *quick win* voor het milieu.

Baten

Voor de medewerkers

- Bewustwording bij medewerkers dat mooi (BMW en Audi) niet altijd groen is.
- Keuze uit meer en/of betere alternatieven.

Voor de organisatie

- Invulling geven aan het groene bedrijfsimago.
- Beter faciliteren van de medewerkers.
- Versterken van het 'employer of choice'-beeld.

Kosten

De kosten voor het traject dat nu is ingezet zijn nog onbekend. Binnenkort kunt u hierover op deze website meer lezen.

Fiscale aspecten

Het huidige pakket van maatregelen van Nike heeft betrekking op vrijwel alle fiscale regelingen. Klik [hier](#) voor meer informatie over deze regelingen.

Tijdsinvestering

Eind 2006 Formering multidisciplinair team.

Zomer 2007 Uitgewerkt plan ter beoordeling door de directie (planning).

De inschatting is dat het team 10 uur x 6 medewerkers = 60 uur zal investeren in de planningsfase. Na de zomer zal meer duidelijk bestaan over de verwachte tijdsinvestering in de uitvoeringsfase.

Promotie van de maatregel

Feedback op het conceptplan vanuit diverse functies binnen het bedrijf. Uiteindelijk plan voor akkoord en ondersteuning naar HR General Manager. Communicatie naar alle medewerkers door middel van onder andere de interne newsletter, communicatiecampagne, informatiesessies en persoonlijke mailings.

Tips

Zorg ervoor dat het onderwerp mobiliteit in een multidisciplinair team wordt uitgewerkt. Op die manier worden de (soms tegenstrijdige) belangen van verschillende afdelingen goed vertegenwoordigd.

Koppel het opstellen van een mobiliteitsbeleid niet (alleen) aan een probleem (bereikbaarheid, parkeren), maar zet het op vanuit een ambitie. Bij Nike is dit het groene bedrijfsimago.

Meer weten?

Miriam van Tuijl

FS Communication Specialist

Telefoon (035) 6266120

Miriam.van.tuijl@nike.com

Paul ten Hag

Director of Facilities & Services

Telefoon (035) 6266618

Paul.ten.hag@nike.com

www.nike.com