

**C1**



## **Je baas trakteert jou en je partner. Is dat wel gezond? Omnipas en 3W-Extra**

De wet voorziet een verplichte minimum tussenkomst van 60 % voor abonnementen van het openbaar vervoer. Maar waarom niet het volledige abonnementsgeld bekostigen? Openbaar vervoer zit immers sterk in de lift. Gebruikers van het openbaar vervoer komen op een goedkope, veilige en steeds snellere manier naar het werk en ze nemen geen dure parkeerplaats in.

Dat is goed voor het imago van het bedrijf en voor de financiën!

De Lijn biedt een ruime waaier aan interessante reisformules:

- Twee voor de prijs van één. Dat is het motto van De Lijn voor haar 3W-Extra-formule voor bedrijven. Wanneer een werkgever al zijn werknemers trakteert op een jaarabonnement van De Lijn, dan voorziet De Lijn voor de partner van elke werknemer een tweede gratis jaarabonnement.  
3W-Extra is een speciale omnipas en staat voor wonen, werken en winkelen. Het abonnement is onbeperkt geldig op alle bussen en trams van De Lijn waar ook in Vlaanderen. Dus ook op de kusttram tijdens de vakantie. Een 3W-Extra abonnement kost € 190,30 per werknemer per jaar.
- Een omnipas verschilt niet veel van een 3W-Extra abonnement. Het kost evenveel en is ook geldig op alle bussen en trams van De Lijn voor één jaar. Maar een omnipas hoeft niet voor alle werknemers voorzien. Hun partners stellen het dan wel zonder extra abonnement.





## Hoe invoeren binnen het bedrijf?

- Licht de huidige situatie toe. Biedt het openbaar vervoer comfortabele mogelijkheden aan voor de medewerkers om naar het werk te komen? Of zal dat in de toekomst zo zijn? Met andere woorden, heeft het zin dat het bedrijf zich instelt op het openbaar vervoer voor het woon-werkverkeer van de werknemers? Als dit zo is of als er vandaag al veel werknemers met het openbaar vervoer naar het werk komen, dan is deze maatregel de overweging waard.
- Om de abonnementen van de werknemers terug te betalen, is voldoende budget nodig. Ga na welke formules de openbare vervoerbedrijven aanbieden en wat het prijskaartje is.
- Start eerst de interne onderhandelingen. Op basis van het voorafgaand onderzoek kan een bedrijf opteren voor de 3W-Extra-formule met als realistisch doel de meerderheid van de werknemers met de bus van De Lijn naar het werk te laten komen. Of lijkt een gewone omni-pass voor een deel van de medewerkers interessanter? Ook de vraag hoeveel méér het bedrijf moet betalen dan het wettelijk verplichte minimum van 60 % van het openbaar vervoer-abonnement moet intern besproken worden. Een goede reden om 100% van het abonnement te betalen is dat het volledig fiscaal aftrekbaar is.
- Onderhandel met de openbare vervoersmaatschappij over de mogelijke formules, kortingen en dienstregelingen zodat die zo goed mogelijk inspelen op de behoeften van het bedrijf.
- Voer de maatregel in.
- Een goede promotie van de financiële voordelen en van de mogelijkheden voor de gebruikers van het openbaar vervoer zijn een garantie tot succes.
- Evalueer regelmatig.



## Randvoorwaarden

- Het aanbod van openbaar vervoer biedt kwaliteit: een voldoende hoge frequentie, goede verbindingen, acceptabele reistijden enz.
- Een positieve waardering van het openbaar vervoer leeft onder de werknemers.
- Er is voldoende budget voor deze actie.
- De afstand tussen de halte en de woonplaats en de halte en de werkplaats is aanvaardbaar (zie maatregelen C3, C4 en C5).
- Er is een goede samenwerking met de vervoeraanbieders.



## Voor- en nadelen



### voor de werkgever

- + Met een gratis abonnement op zak neemt het gebruik van het openbaar vervoer door de werknemers uit het bedrijf toe.
- + Wie het openbaar vervoer gebruikt, heeft geen parkeerplaats nodig op het bedrijf zelf.
- + Organisatorisch betekent dit een kleine inspanning. De bestaande personeelsadministratie kan gemakkelijk de beperkte bijkomende administratie op zich nemen.
- + Dit gebaar van het bedrijf stemt werknemers tevreden. Wie al met het openbaar vervoer kwam, krijgt een extra stimulans. Twijfelaars haal je zo gemakkelijk over de streep.
- + Deze maatregel is al op korte termijn realiseerbaar.
- + De overheid stimuleert deze vergoeding! Ze is voor 100% fiscaal aftrekbaar.
- + Een jaarabonnement voor € 190,30 is niet duur in vergelijking met de andere vergoedingen die de werkgever voor het woon-werkverkeer neertelt.
  - 3W-Extra is wel onnodig duur wanneer een groot deel van de werknemers niet van plan is het openbaar vervoer te gebruiken. De gewone omnipass biedt dan een oplossing, zij het zonder gratis abonnement voor de partner.
  - 3W-Extra is niet flexibel want het geldt voor één jaar. Voor medewerkers die bussen in de winter en fietsen in de zomer, betaalt de werkgever toch de volle pot.
  - De onderhandelingspositie van de openbare vervoermaatschappijen over prijssystemen en dienstregelingen is niet ruim aangezien zij krap bij kas zitten. Het budget gaat nu in de eerste plaats naar de basismobiliteit die wel elke woning bedient met openbaar vervoer, maar niet elk bedrijf.
  - Goed openbaar vervoer en stedelijkheid zijn dikwijls aan elkaar gekoppeld. Waar goed openbaar vervoer ontbreekt, is deze maatregel geen compensatie.

### voor de werknemer

- + De levenskwaliteit van de werknemers gaat er op vooruit. Wie openbaar vervoer gebruikt, ontloopt de stress van de file. De rit naar het werk vormt de perfecte overgang tussen privé en professioneel leven.
- + Met de tram was je er al! Kortere reistijden en comfortabelere diensten: het openbaar vervoer is in opmars.
- + Voor de gebruiker is de reksom tussen duur autogebruik en goedkoop openbaar vervoer snel gemaakt.
- + Wie het openbaar vervoer gebruikt, laat de auto thuis voor de overige gezinsleden. Een tweede auto binnen het gezin is niet langer een noodzaak.
  - De werknemer moet zijn tijdsindeling organiseren volgens het openbaar vervoer.
  - De werknemer is afhankelijk van het openbaar vervoer: stakingen en vertragingen hebben een grote negatieve impact.



## Overleg en communicatie

- Zit het aanbod aan openbaar vervoer goed en staat het bedrijf in voor de kosten van het abonnement, dan is dit dé succesformule om bij vele medewerkers een mobiliteitsklik te maken. Voor een blijvend succes koppel je dit aan een doorgedreven promotie- en reclamecampagne.
- Wie gewoon is de auto te gebruiken, laat die niet gemakkelijk thuis. De werknemer moet duidelijke antwoorden krijgen op zijn vragen, liefst in de vorm van persoonlijk reisadvies. Overtuig hem dat het gemakkelijk is. Als werknemers duidelijk weten aan welke halte ze op welk uur welke buslijn kunnen nemen, dan zijn ze reeds half overtuigd.  
De rest is een zuivere reksom: de minimale kosten van het openbaar vervoer (grotendeels) vergoed door de werkgever, geven de doorslag in vergelijking met de hoge prijs van het autogebruik.



## **Tips**

Kleine initiatieven die het gebruik van het openbaar vervoer mee stimuleren, trekken meer werknemers over de streep om hun auto thuis te laten (zie steekkaart C5):

- een bushokje installeren op het bedrijventerrein;
- organiseren van de verkoop van bus- en treintickets en strippenkaarten in het bedrijf zelf;
- (actuele) reisinformatie aanbieden;
- een meldpunt voorzien voor klachten en suggesties;
- de werkuren en shifts aanpassen aan de dienstregeling van de bus of trein of glijdende werkuren invoeren;
- lobbyen bij de openbare vervoermaatschappij voor betere dienstverlening;
- een gegarandeerde thuisrit voor werknemers die overuren moeten doen of bij stakingen.



## **Bronnen**

- **Agfa-Gevaert**
- **Corus Aluminium**
- **Dexia**
- **Ecover**
- **Henkel**
- **Janssens Pharmaceutica**
- **KBC**
- **Planckendael**