

Maatschappelijk Jaarverslag 2009

UITGEBREIDE VERSIE

Dit verslag bestaat uit 59 pagina's.

Mocht u het willen printen, dan adviseren wij u om dat dubbelzijdig te doen.

INHOUD

	Bladzijde
Voorwoord	3
Leeswijzer	4
Samenvatting	7
1. Profiel	11
2. Ondernemingsbestuur	15
3. Stakeholders	23
4. MVO binnen de ANWB (beleid, organisatie)	25
5. MVO per bedrijfsonderdeel	29
6. People	33
6.1 Medewerkers	34
6.2 Leden	37
6.3 Klanten en partners	38
6.4 Toeleveranciers en ketenverantwoordelijkheid	39
7. Planet	41
7.1 Energie en CO2	43
7.2 Grondstoffen, recycling en afval	50
8. Profit	52
Verantwoording	55
Begrippenlijst	56
Referentielijst maatschappelijke aspecten	57
Colofon	59

VOORWOORD

MVO, niet zomaar een afkorting, maar een belangrijk onderwerp voor onze organisatie. En voor de maatschappij waar we als ANWB deel van uitmaken. Om een heleboel redenen. We zijn als ANWB opgericht om onze leden te helpen op het gebied van mobiliteit en vrije tijd, dit betekent dat we problemen en zorgen voor hen wegnemen wat betreft verkeersveiligheid, rechtszekerheid, bereikbaarheid en de betaalbaarheid van mobiliteit en vrije tijd. Maar ook dat we ons inspinnen voor het behoud van mooie landschappen, oude monumenten, voldoende natuur, schone lucht, schoon water en minder zwerfafval. Daar profiteren niet alleen onze leden van, maar eigenlijk alle Nederlanders. Daarmee zijn we per definitie maatschappelijk relevant.

Dat wil nog niet direct zeggen dat we alles ook maatschappelijk verantwoord doen. Dat vergt extra aandacht, op alle niveaus binnen de organisatie. Zeker in een tijd dat onze omzet en ons rendement onder druk staan door de economische crisis, is dat niet eenvoudig. Net zoals andere organisaties moet de ANWB kosten zien te reduceren om de eigen continuïteit te garanderen. MVO mag daar niet onder lijden. We hebben als hoofddirectie eind 2008 besloten om MVO in onze Visie 2011 te integreren en te benoemen als een belangrijk aandachtspunt voor de ANWB.

MVO vergt continue aandacht van iedere medewerker en iedere manager. Het liefst hebben we 4500 parttime MVO-medewerkers, waarbij iedereen in zijn of haar eigen functie probeert om de ANWB steeds meer maatschappelijk verantwoord te laten opereren. Dat is voorlopig een illusie. Maar we willen wel stevig aan de slag. En daarom hebben wij in 2009 een MVO-manager aangesteld. En hebben we een verkenning gestart naar de mogelijkheid om een deel van onze 'winst' vanaf 2011 als 'maatschappelijk rendement' ten goede te laten komen aan de Nederlandse samenleving.

Het MVO-programma concentreert zich op een aantal verbeterpunten. In verband met onze rol in de maatschappelijke discussie over klimaatverandering en duurzame mobiliteit hebben we in 2009 besloten om 'energie/CO2' tot MVO-speerpunt te benoemen. We springen al jaren zuinig om met gas, stroom en brandstof en willen de komende jaren onze eigen CO2-footprint met 3% per jaar verlagen. In 2010 komt daar een 2^e speerpunt naast, waarschijnlijk 'papier'.

Om onze vorderingen met betrekking tot energieverbruik en andere MVO-kengetallen te bepalen, moeten we beter registreren en sneller hierover rapporteren. In 2010 worden hier de nodige verbeteringen in aangebracht. Wij gaan ervan uit dat we ons volgende maatschappelijk jaarverslag kunnen laten verifiëren door externe deskundigen.

Aangezien we voor iedere ANWB-medewerker een belangrijke rol zien als parttime MVO'er, willen we de interne communicatie over MVO-achtige onderwerpen verder verbeteren. Daartoe werven wij onder de medewerkers MVO-ambassadeurs, verzorgen wij inspiratiesessies over MVO-thema's, en starten wij leuke projecten waar medewerkers van allerlei afdelingen aan mee kunnen doen.

Naar buiten toe zijn we vooralsnog bescheiden, en dat zullen we waarschijnlijk ook wel blijven. Want MVO is nooit af. Geen enkele organisatie doet alles perfect. Niettemin zijn we best trots op wat we doen en hoe we dat doen. Ik hoop dat u na lezing van dit verslag dat gevoel deelt.

Guido van Woerkom
hoofddirecteur ANWB

LEESWIJZER

Voor wie

Met het Maatschappelijk Jaarverslag 2009 wil de ANWB geïnteresseerde medewerkers, leden, klanten, toeleveranciers, zakelijke partners en andere relaties een beter beeld geven van waar we als ANWB voor staan, wat we doen, hoe we dat doen en misschien nog wel het belangrijkste: waarom we bepaalde dingen doen of juist bewust niet doen.

Onder 'de ANWB' verstaan we in dit verslag de Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB ('de vereniging'), de ANWB BV ('de BV') en de 100% dochterbedrijven van de ANWB BV. Hoe een en ander is georganiseerd komt verderop in dit verslag uitgebreid aan de orde.

Wij denken dat de buitenwereld het minst bekend is met en het meest geïnteresseerd is naar de manier waarop de ANWB omgaat met milieu-issues. Om die reden bevat dit verslag een uitgebreid hoofdstuk 'planet', met daarin veel aandacht voor onze rol bij het stimuleren van duurzame mobiliteit (in relatie tot klimaatverandering en luchtvervuiling) en onze rol als uitgever (in relatie tot biodiversiteit).

Relatie tussen de uitgebreide versie van het maatschappelijk jaarverslag, de samenvatting ervan en de 'losse' teksten op anwb.nl

Wij realiseren ons dat ons maatschappelijk jaarverslag voor het grote publiek te omvangrijk en veelal te technisch van aard is om tot de verbeelding te spreken. Daarom hebben we een samenvatting op onze site anwb.nl staan met een bloemlezing van ons MVO-beleid en onze MVO-prestaties, bedoeld voor een groter publiek. De uitgebreide versie is vooral bedoeld voor MVO-professionals en belangstellende niet-professionals. Daarbij willen we niet te koop lopen met onze prestaties, hoewel we daar best trots op zijn, maar willen we vooral laten zien dat we ons samen met onze leden, klanten en partners, willen blijven inzetten voor een betere wereld.

Relatie maatschappelijk jaarverslag met andere jaarverslagen

Dit Maatschappelijk Jaarverslag 2009 vormt een aanvulling op het Financieel Verslag ANWB 2009 en dient daarmee in samenhang gelezen te worden. Het Financieel Verslag beschrijft de highlights in 2009 (kerncijfers, bijzondere gebeurtenissen, beleidsaanpassingen e.d.), ook wat betreft 'people' en 'planet', en geeft een gedetailleerd beeld van het financiële reilen en zeilen van de ANWB. Dit Maatschappelijk Jaarverslag gaat daarom vooral in op hoe de ANWB omgaat met mens en milieu en besteedt alleen aandacht aan omzet en rendement in relatie tot mens en milieu. Het Financieel Verslag bestaat uit een Directieverslag ('Jaarverslag'), verklaringen van de Raad van Commissarissen en de Raad van Bestuur, het Financieel verslag van de Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB 2009, de Jaarrekening van de ANWB BV 2009 en de Jaarrekening van ANWB Beleggingen BV 2009.

Ook ANWB-dochter Unigarant brengt jaarlijks een Financieel Verslag uit. De andere dochterbedrijven en deelnemingen zijn vrijgesteld van het publiceren van een Jaarrekening. Niettemin brengt een aantal onderdelen binnen de ANWB (zoals de Vereniging ANWB) of gelieerd aan de ANWB Groep (zoals het ANWB Fonds en het ANWB Pensioenfonds) jaarlijks op vrijwillige basis ook een jaarverslag uit.

Afbakening

Dit Maatschappelijk Jaarverslag heeft betrekking op het kalenderjaar 2009 en bestrijkt alle activiteiten waarover de ANWB volledige zeggenschap heeft. Dit betekent dat dit verslag zowel de ANWB BV bestrijkt als de dochterbedrijven, maar niet de bedrijven waar de ANWB deels eigenaar van is ('deelnemingen') en ook niet de stichtingen die de ANWB financieel of bestuurlijk ondersteunt. Dit verslag rapporteert niet over het MVO-beleid en de MVO-prestaties van toeleveranciers die door de ANWB in 2009 gecontracteerd zijn. Het hoofdstuk 'people' gaat wel in op de omgang van ANWB met haar toeleveranciers en de stappen die wij zetten om hen te stimuleren om ieder jaar nog meer maatschappelijk verantwoord te werk te laten gaan.

Reikwijdte

Dit verslag bestrijkt alle activiteiten van de Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB, de ANWB BV en haar (100%) dochterbedrijven (zie hoofdstuk 'Organisatie'). De activiteiten van ACTA en daarmee van het Alarmcentrale 'steunpunt' in Lyon vallen buiten de reikwijdte van dit verslag.

In 2009 hebben zich geen fusies of acquisities voorgedaan en zijn geen bedrijfsonderdelen afgestoten. Wel heeft zich een verandering voltrokken bij de afdeling Bewegwijzering, één van de oudste activiteiten van de ANWB. Sinds het eind van de 19^e eeuw heeft de ANWB zich over de bewegwijzering in Nederland ontfermd, vooral omdat de overheid zich aanvankelijk afzijdig hield. Het voordeel hiervan was, dat de coördinatie bij één partij lag, waardoor de uniformiteit en de continuïteit als vanzelf geborgd waren. Inmiddels is de situatie ingrijpend veranderd, mede door de invoering van nieuwe Europese aanbestedingsregels. Hierdoor was het voor de ANWB niet langer haalbaar om de oude werkwijze te handhaven, en dreigde de coördinatie versnipperd te raken. Omdat goede bewegwijzering van direct belang is voor haar leden, pleit de ANWB voor centrale regie. De ANWB heeft onderzocht hoe deze regierol het beste zou kunnen worden vormgegeven binnen de nieuwe aanbestedingsregels. Dit heeft geleid tot de oprichting van twee stichtingen: de Stichting Bewegwijzering Nederland (SBN), en de Stichting Inkoopbeheer Nederland (IBN). De ANWB is ervan overtuigd, dat middels deze stichtingen de kwaliteit van de Nederlandse bewegwijzering doeltreffend zal kunnen worden bewaakt. Daarom hebben we in 2009 opnieuw veel tijd en energie gestoken in het toelichten van de opzet en de doelstellingen van deze structuur, evenals aan de verdere opbouw ervan. Een aantal personeelsleden van de afdeling Bewegwijzering van de ANWB is in 2009 in dienst getreden van de genoemde stichtingen.

Volledigheid van de gegevens

Anders dan in de maatschappelijke jaarverslagen die wij over 2007 en 2008 hebben uitgebracht, hebben we in het verslag over 2009 geprobeerd alle MVO-kengetallen in principe voor de totale ANWB weer te geven. Hierin zijn we grotendeels geslaagd. In 2010 zullen verdere verbeteringen worden doorgevoerd.

Vindbaarheid van MVO-informatie

Informatie over het MVO-beleid en de MVO-prestaties van de ANWB zijn eenvoudig te vinden op onze site anwb.nl, onder het kopje 'Over ANWB' op de homepage. Het onderdeel 'Vereniging en bedrijf' biedt informatie over MVO die geldig is voor meerdere jaren. Bij 'ANWB Actueel' vindt u informatie over MVO-zaken die in 2009 speelden. Zo kan iedere geïnteresseerde binnen drie muisclicks een grote hoeveelheid informatie vinden over hoe de ANWB omgaat met MVO.

Om het milieu te sparen, is het Maatschappelijk Jaarverslag dit jaar niet in gedrukte vorm gepresenteerd. Voor het eerst is ook het ons Financiële Verslag, het Jaarboek van de ANWB, niet gedrukt maar geïntegreerd in de digitale presentatie. Als lezer kunt u een bijdrage leveren door de jaarverslagen niet direct te printen, maar zoveel mogelijk digitaal te lezen en op te slaan.

Publicatiedata maatschappelijke informatie

Op 1 maart 2010 is de samenvatting van het Maatschappelijk Jaarverslag 2009 gepubliceerd op het gedeelte 'Over ANWB' op anwb.nl, enerzijds integraal als PDF-file, anderzijds als losse teksten bij de betreffende bedrijfsonderdelen. Dit is gelijktijdig met publicatie van het Financiële Verslag ANWB 2009 op anwb.nl. Begin juli is het volledige Maatschappelijk Jaarverslag 2009 op anwb.nl gepubliceerd (als PDF-file).

Indeling van dit verslag

Na de samenvatting vindt u in hoofdstuk 1 ('Profiel') informatie over de activiteiten van de ANWB, de landen waarin zij actief is et cetera.

Hoofdstuk 2 ('Ondernemingsbestuur') gaat over de vraag hoe wij een en ander intern hebben georganiseerd, met name in relatie tot de vraag hoe geborgd is dat de ANWB structureel maatschappelijk verantwoord opereert.

Hoofdstuk 3 ('Stakeholders') beschrijft de partijen die voor de ANWB belangrijk zijn in relatie tot MVO.

Hoofdstuk 4 zoomt in op het MVO-beleid van de ANWB.

Hoofdstuk 5 laat zien hoe de verschillende onderdelen van de ANWB opereren en hoe zij ieder op hun eigen manier proberen om dat maatschappelijk verantwoord te doen.

Hoofdstuk 6, 7 en 8 gaan in op de drie P's: people, planet en profit.

Binnen hoofdstuk 6 ('People') wordt bijzondere aandacht besteed aan de omgang tussen de ANWB en haar medewerkers, haar leden, haar klanten en partners en haar toeleveranciers. Dit laatste ook in relatie tot de ketenverantwoordelijkheid van de ANWB. Op sociaal gebied zijn voor ons verkeersveiligheid, 'betaalbaarheid', bereikbaarheid en 'zekerheid' of (rechts)bijstand belangrijke thema's.

Hoofdstuk 7 ('Planet') besteedt bijzondere aandacht aan de issues energie/ CO2 (in relatie tot klimaatverandering), luchtkwaliteit (in relatie tot gezondheidsklachten), papierverbruik (in relatie tot biodiversiteit) en verbruik van andere grondstoffen.

Hoofdstuk 8 ('Profit') doet, aanvullend op het Financieel Verslag, een aantal uitspraken over omzet en rendement in relatie tot mens en milieu.

Tenslotte geeft hoofdstuk 8 een toelichting op dit verslag als zodanig, met name wat betreft de totstandkoming, de keuze van onderwerpen, de definities en de keuze om dit verslag (nog) niet te laten verifiëren.

Bijlage 1 bevat een begrippenlijst en een referentielijst van maatschappelijke aspecten.

Heeft u vragen of opmerkingen naar aanleiding van dit verslag dan vindt u het contactadres in de colofon op het einde van dit verslag.

SAMENVATTING

Recessiejaar redelijk goed doorgekomen

De wereldwijde economische recessie heeft in 2009 uiteraard invloed gehad op het reilen en zeilen bij de ANWB. Toch hebben we dit moeilijke jaar kunnen afsluiten met een bescheiden positief bedrijfsresultaat van 4,3 miljoen euro.

Succesvol bij werving en behoud leden

De groei van de vereniging met 30.000 leden tot 3,966 miljoen leden is mede te danken aan inspanningen op het gebied van werving en behoud. Het aantal opzeggingen lag lager dan in 2008.

Ruim 6,5 miljoen contactmomenten

De ANWB heeft in 2009 ruim 6,5 miljoen keer contact gehad met haar leden en klanten, met name door 3,8 miljoen transacties in de ANWB- en ANWB/VVV-winkels, 1,25 miljoen hulpverleningen door de Wegenwacht, 1,1 miljoen telefoontjes bij het Contact Center en 403.000 deelnemers aan reizen die door de ANWB of haar reisdochters georganiseerd zijn. Daarnaast heeft de ANWB via allerlei kanalen informatie verspreid naar haar leden en klanten, in het bijzonder via anwb.nl (125 miljoen bezoekers), de Kampioen (3,5 miljoen huishoudens) en de acht ANWB-tijdschriften (met in totaal 377.000 abonnees).

Inzet op efficiency en besparing

De ANWB heeft ingezet op efficiency en besparingen op kosten voor overhead, projecten en inkoop. Door de diverse maatregelen zijn marges vaak verbeterd, ondanks externe prijsverhogingen en inflatie. Het streven was er steeds op gericht medewerkers zo veel mogelijk in dienst te houden en anders zorgvuldig te begeleiden naar werk buiten de ANWB.

Hogere omzet

De omzet van de ANWB Groep steeg met 1% en kwam daarmee op € 1,05 miljard. De verzekerings- en winkelactiviteiten hebben de dalende omzet bij de reisdochters kunnen compenseren.

Resultaat van min naar plus

Het bedrijfsresultaat steeg van minus € 11 miljoen in 2008 naar plus € 4,3 miljoen in 2009. Een noodzakelijke eerste stap in de richting van de rendementsdoelstelling voor 2011. Na het dramatische beursjaar 2008, konden de beleggingen weer profiteren van stijgende beurskoersen, waardoor het geconsolideerd resultaat uitkwam op € 29,9 miljoen.

Pensioen

De pensioenproblematiek heeft de organisatie aan het begin van het jaar flink beziggehouden. De dekkingsgraad was door de tegenvallende resultaten (rente en beleggingen) gedaald tot een onaanvaardbaar niveau. Helaas konden de ANWB en de bonden geen overeenstemming bereiken over een oplossingsplan. Uiteindelijk is door het Pensioenfonds van de ANWB een alternatief plan ingediend bij De Nederlandse Bank, dat in het laatste kwartaal werd goedgekeurd.

Ontslagen

Ook de ANWB is door het grimmige economische klimaat niet ontkomen aan forse bezuinigingslagen. Helaas kon niet worden vermeden, dat afscheid moest worden genomen van een aantal medewerkers. Deze personeelsreducties vormden voor de organisatie een ingrijpend proces, dat door HRM intensief is begeleid. Het streven van de ANWB is erop gericht zoveel mogelijk medewerkers in dienst te houden en de mensen waar mogelijk te begeleiden van werk naar werk. Daar waar toch afscheid moet worden genomen van medewerkers, gebeurt dit met de grootst mogelijke zorgvuldigheid. Eind 2009 telde de ANWB 4954 werknemers, van wie 82% een contract voor onbepaalde tijd heeft en 18% voor bepaalde tijd (tijdelijke krachten). Bijna de helft van de ANWB-medewerkers heeft een part-time contract. Het aantal FTE's bedraagt 4287.

Plaats- en tijdonafhankelijk werken

De ANWB probeert haar werknemers steeds meer flexibiliteit en maatwerk aan te bieden. Met het nieuwe plaats- en tijd-onafhankelijke werken werd een pilot gehouden binnen de ANWB Alarmcentrale

en het Contact Center. De resultaten daarvan zijn zeer bemoedigend! Ook met het roosteren op maat, waarbij de wensen van werknemer en werkgever zo goed mogelijk aan elkaar worden gekoppeld, werd bij de ANWB Alarmcentrale goede vooruitgang geboekt.

Streetwise

Het veiligheidsprogramma voor kinderen, ANWB Streetwise, mag zich vanaf de introductie ervan in een grote belangstelling verheugen. In 2009 is het aantal scholen dat deelneemt aan Streetwise gestegen tot 850. Met de ontwikkeling van de speciale “ouderwijzers” is de betrokkenheid van ouders bij het programma het afgelopen jaar vergroot. De ouderwijzers laten zien wat de kinderen hebben geleerd, en zitten daarnaast boordevol tips die de kinderen helpen om veilig aan het verkeer deel te nemen. Streetwise komt iedere twee jaar terug op school, omdat leerlingen dan naar een nieuw programmaonderdeel zijn doorgeroeid. Voor 2010 streeft de ANWB naar deelname van 950 scholen.

Energieverbruik en CO2-footprint

In 2009 is het verbruik van gas, stroom en brandstof en daarmee de CO2-footprint van de ANWB grosso modo stabiel gebleven. Uiteraard zien we het liefst een daling van de CO2-footprint. Het elektriciteitsverbruik is inderdaad licht gedaald. Een aantal andere onderdelen van de CO2-footprint is echter licht gestegen, onder andere dankzij het optimaliseren van de dataverzameling en het doorvoeren van wijzigingen in de registratie conform de GRI-richtlijnen. De Alarmcentrale kan op de locaties Den Haag en Assen sinds 2009 gebruik maken van videoconferencing, wat veel reistijd en emissies voorkomt. Daarnaast zijn op het hoofdkantoor 15 (diesel) poolauto's vervangen door 10 zuinige hybriden en 5 elektrische fietsen, en werd de leaseautoregeling aangepast, waardoor een stevige prikkel is ontstaan om te kiezen voor een zuinig model.

Via allerlei kanalen heeft de ANWB informatie verspreid over zuinige auto's en zuinig rijden, onder andere door in 2009 vier maal de TOP10's van zuinige auto's te publiceren en eind 2009 een gratis Iphone applicatie op het gebied van zuinig rijden te verspreiden via de 'app store'.

Samenvatting profiel: feiten en cijfers 2009 (overgenomen van anwb.nl)

Vereniging

Ledental vereniging (1-1-2010)	3.966.927
- Aantal partnerleden (bij ledental inbegrepen)	299.826
- Aantal jongeren (bij ledental inbegrepen)	55.791
- Aantal actieve leden (bij ledental inbegrepen)	2.700

Personeel

Aantal medewerkers (31-12-2009, incl. tijdelijk)	4.954
- Aantal wegenwachters (bij aantal medewerkers inbegrepen)	840
- Percentage parttimers	47%
- Percentage tijdelijke krachten	18%
Aantal FTE's	4287
Gemiddelde leeftijd medewerkers	41,7 jaar
Gemiddeld aantal dienstjaren	12,5
Ziekteverzuim	4,9%

Financiën 2009

Netto-omzet	€ 1,05 miljard
Groei t.o.v. 2009	1%
Bedrijfsresultaat	€ 4,3 miljoen
Geconsolideerd resultaat na belastingen	€ 29,9 miljoen

Dienstverlening

Wegenwacht	1,25 miljoen hulpverleningen
Winkels	3,8 miljoen transacties
Contact Center	1,1 miljoen telefoontjes
Anwb.nl	125 miljoen bezoekers
Pagina 'leden actief'	90.000 interacties
ANWB Reizen	403.000 passagiers

Adressen

ANWB-winkels	69
VVV/ANWB-winkels	46
Steunpunten ANWB Alarmcentrale	4

Uitgeverij

Betaalde magazines	8
Totaal aantal abonnees (eind 2009)	377.137
Aantal nummers losse verkoop	794.709 exemplaren
ANWB Onderweg (jaaroplage)	3,9 miljoen exemplaren
Kampioen (maandoplage)	3,5 miljoen exemplaren

Vooruitzichten 2010

Ook in 2010 zal de recessie voelbaar blijven. Verwacht wordt dat de economie het komende jaar slechts een zeer geringe stijging zal laten zien, terwijl de werkloosheid verder zal oplopen. Dit zal het consumentenvertrouwen voorlopig onder druk blijven zetten. Onze leden zullen net als in 2009 hun uitgaven kritisch bekijken en zich voorzichtig bewegen in een economisch klimaat dat door onzekerheden wordt gekenmerkt.

Voor de ANWB zal dit opnieuw gevolgen hebben, met name voor de omzet. Dat betekent, dat wij ons rendement evenals vorig jaar aan de kostenkant zullen moeten realiseren. De nadruk zal daarom ook in 2010 liggen op efficiency en kostenbeheersing, waarbij wij de samenwerking met onze partners en zusterclubs nadrukkelijk zullen zoeken.

Tegelijkertijd willen wij onze toegevoegde waarde optimaliseren. Door nog dichter bij de leden te komen en maatwerk te leveren. Door maatschappelijke onderwerpen te adresseren die voor onze leden belangrijk zijn, zoals de kilometerprijs. En door de blik op de toekomst gericht te houden en voor te sorteren op belangrijke trends als leefbaarheid, duurzaamheid en digitalisering. De ontwikkeling van elektrische mobiliteit neemt daarin een aparte plaats in.

De financieel-economische crisis heeft het Kabinet ertoe genoodzaakt ingrijpende bezuinigingen op de overheidsfinanciën aan te kondigen, die de komende jaren kunnen oplopen tot zo'n 35 miljard euro. Onze werkvelden recreatie, toerisme, verkeer en vervoer zullen hier zonder twijfel door worden geraakt. De ANWB zal de bezuinigingsplannen daarom nauwlettend volgen en waar mogelijk hierop anticiperen.

In 2009 hebben we ons nieuwe meerjarenplan geformuleerd waarmee wij gericht kunnen werken aan onze toekomstige relevantie. Met de resultaten die wij het afgelopen jaar behaald hebben, is een belangrijke eerste stap in de gewenste richting gezet. Op dat fundament zal de ANWB in 2010 voort kunnen bouwen. Wij verwachten ons bedrijfsresultaat minimaal op het niveau van 2009 te kunnen houden en zullen sturen op een lichte verbetering.

Wij hebben een helder en inspirerend doel voor ogen, dat door de gehele organisatie gedragen wordt. En we hebben alles in huis om dat doel te bereiken! Wij zijn betrokken bij onze leden en weten wat hen beweegt. Daardoor kunnen wij onze befaamde persoonlijke service koppelen aan een producten- en dienstenpakket dat aansluit op hun veranderende behoeften. Wij zijn betrokken bij de samenleving en hebben op onze werkterreinen een grote deskundigheid ontwikkeld. Daardoor kunnen wij trends en kansen als geen ander herkennen en daar ook effectief op inspelen. Ook in 2010 zullen wij daarmee het verschil kunnen maken.

1. PROFIEL

Unieke vereniging

De Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB is in 1883 opgericht als belangenbehartiger van wielrijders. De sterke groei van de vereniging, vooral in de tweede helft van de 20e eeuw, heeft gezorgd voor een vergaande professionalisering van de organisatie. De ANWB beschouwt de vereniging als de beste vorm om de bijzondere mix van maatschappelijke en dienstverlenende taken in samenspraak met de leden in te vullen.

Doelstelling

“De vereniging behartigt de belangen van haar leden op het gebied van recreatie, toerisme, verkeer en vervoer. Hierbij zal zij zich, waar nodig, mede inspannen voor het behoud en de verbetering van de kwaliteit van het milieu, alsmede van landschappelijke en cultuurhistorische waarden.” (artikel 3 van de statuten van de Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB).

Identiteit

De ANWB is een maatschappelijke vereniging die met een unieke mix van beïnvloedende en dienstverlenende activiteiten de onafhankelijkheid, keuzevrijheid en mobiliteit van burgers wil bevorderen. Tevens wil zij een bijdrage leveren aan een duurzame ontwikkeling van de samenleving.

Missie

De ANWB helpt haar leden door hen te informeren, te adviseren en zo nodig te waarschuwen, en door hen bij problemen weer op weg te helpen. De ANWB wil mensen helpen hun eigen weg te gaan.

Sectoren waarin de ANWB actief is (inclusief belangrijkste producten, diensten en merken)

De belangrijkste producten en diensten van de ANWB staan onder Kernactiviteiten. Uit dit overzicht blijkt dat de ANWB actief is in een aantal verschillende sectoren met een groot aantal verschillende producten en diensten (inclusief informatieverstrekking en beïnvloeding), soms onder ‘merknamen’ die ook een zekere bekendheid genieten:

- Verzekeren
 - ANWB Verzekeringen
 - Unigarant
- Overige dienstverlening aan consumenten
 - ANWB Rijopleiding (rijlessen en rijtrainingen)
 - ANWB Test- en trainingscentrum (rijtrainingen)
 - ANWB Reisinformatie (met name file-informatie op de radio)
 - ANWB Wegenwacht (pechhulp)
 - ANWB Alarmcentrale (personen hulp)
 - Logicx (vervangend vervoer)
 - Medical Air Assistance (traumahelicopters)
 - ANWB Rechtshulp (juridisch advies en bijstand)
 - Belangenbehartiging (beïnvloeding van externe partijen namens de leden)
 - Reizen
 - ANWB Kampeerreizen
 - Pharos (vooral autoreizen binnen Europa)
 - FOX Vakanties (verre reizen)
 - SNP Reizen (wandel- en fietsreizen)
 - PinHigh (golfreizen)
 - TravelHome (camperreizen)
- Overige dienstverlening aan bedrijven en overheden
 - ANWB Test- en trainingscentrum (rijtrainingen)
 - ANWB Wegenwacht (pechhulp)
 - ANWB Alarmcentrale (personen hulp)
 - Logicx (vervangend vervoer)
- Media
 - ANWB Media (kaarten, boeken, gidsen, tijdschriften)

- ANWB Online (met onder andere de ANWB Routeplanner)
- Consumentenproducten (productie of samenstelling)
 - Telstar Trading (met o.a. 'Human Nature' en 'Travel & Co').
- Retail
 - ANWB Retail (winkels, webshop, Contact Center)

De ANWB was in 2009 niet actief in de volgende branches: bouw en maritiem, handelsmaatschappij, industriële goederen, energie/olie/gas, technologie, transport (waarbij het verstrekken van vervangend vervoer door Logicx gevat is onder 'dienstverlening') en voedsel/drank.

De ANWB had in 2009 geen eigen tankstations, maar wel een samenwerkingsovereenkomst met United Consumers. Leden die deelnamen aan het programma 'Tanken met Korting' kregen korting bij ruim 500 tankstations waar United Consumers contracten mee heeft afgesloten.

De ANWB had in 2009 geen eigen rijsschool, maar wel franchisecontracten met ruim 20 rijsschoolhouders die de naam van de ANWB mogen voeren. Een van de voorwaarden hiervoor is dat ze gebruik maken van rijssimulatoren.

Belangrijkste afnemers

De ANWB levert haar producten en diensten vooral aan particuliere leden en klanten ('B-to-C' oftewel Business to Consumers). Minder dan 10% van de omzet is te danken aan contracten met overheden en bedrijven ('zakelijke klanten', 'B-to-B' oftewel Business-to-Business). De ANWB kent zowel kleine als grote bedrijven als klant, van ZZP'ers via MKB-bedrijven tot grote verzekeringsmaatschappijen, leasebedrijven, autoverhuurbedrijven en andere wagenparkbeheerders.

Landen waar medewerkers van de ANWB en haar dochterbedrijven actief zijn

De ANWB is vooral actief binnen Nederland. De buitenlandse activiteiten hebben betrekking op:

- het ondersteunen van vakantiegangers wereldwijd door de Alarmcentrale, waarbij gewerkt wordt vanuit enkele 'steunpunten' binnen Europa;
- het verrichten van pechhulp door de Wegenwacht tijdens de zomerperiode in Europese vakantie landen als Frankrijk en Italië;
- het verzorgen van vervangend vervoer aan vakantiegangers door Logicx, bijna altijd binnen Europa;
- het begeleiden van reizen door reisbegeleiders van ANWB Kampeerreizen (veelal binnen Europa), PinHigh (idem), SNP Reizen (binnen en buiten Europa) en FOX Vakanties (buiten Europa);
- het inkopen van producten buiten Nederland door Telstar, veelal buiten Europa;
- het onderhouden van internationale relaties door leden van de Hoofddirectie, medewerkers van de afdelingen International Relations en Algemeen Ledenbelang en medewerkers van verschillende andere bedrijfsonderdelen en -afdelingen.

Een deel van de werknemers is dus een aantal weken of maanden per jaar actief in het buitenland.

Landen waar de ANWB en haar dochterbedrijven producten of diensten inkopen

Een groot deel van de producten die de ANWB in haar winkels verkoopt wordt door dochterbedrijf Telstar-Trading ingekocht in landen als China, Bangladesh, Thailand, Portugal en Polen. Een punt van continue zorg daarbij zijn de lokale arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden. Telstar sluit in principe direct contracten af met producenten, zodat tussenhandelaars niet het zicht op de productieomstandigheden kunnen benemen. Voor veel producenten is Telstar echter slechts een van de vele afnemers en vaak niet de grootste, zodat het voor Telstar lastig is om hen te dwingen hun arbeidsomstandigheden of –voorwaarden te verbeteren, mocht daar aanleiding toe zijn. Om het risico van sociale misstanden te verkleinen heeft Telstar zich in 2007 aangesloten bij het Business Social Compliance Initiative (BSCI), een samenwerkingsverband van bedrijven dat toeleverende bedrijven in niet-westerse landen helpt om hun arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden op fatsoenlijk niveau te brengen.

De ANWB-touroperators verzorgen hun eigen inkoop van lokaal vervoer, accommodatieruimte en lokale begeleiding (oftewel: vervoer, verblijf en 'vermaak'), soms via een lokale agent. Alle ANWB-touroperators zijn aangesloten bij de brancheorganisatie ANVR. Sinds 2009 zijn zij verplicht een van hun

medewerkers op te leiden tot Coördinator Duurzaam Toeristisch Ondernemen (DTO). FOX Vakanties en SNP Reizen hebben zich met ingang van 2009 aangesloten bij het Initiatief Duurzame Handel (IDH), dat de accommodaties in een zestal toeristische ontwikkelingslanden wil stimuleren beter om te gaan met mens en milieu.

De ANWB Alarmcentrale sluit zelfstandig contracten af met vervoerders, ziekenhuizen en zorgverleners in het buitenland.

Het papier voor ANWB Media wordt ingekocht in Duitsland. Alle andere producten en diensten die de ANWB afneemt van toeleveranciers worden ingekocht in Nederland.

Contacten met zusterclubs

Samenwerking loont, ook op internationaal niveau. Daarom onderhoudt de ANWB nauwe banden met zusterclubs in het buitenland. De clubs komen regelmatig bijeen om ideeën uit te wisselen en de onderlinge samenwerking te bevorderen. Binnen een kader van periodieke vergaderingen worden de clubontwikkelingen over en weer gepresenteerd. Zo vindt overleg plaats met de Duitstalige clubs ADAC (Duitsland), de OEAMTC (Oostenrijk) en de TCS (Zwitserland) tijdens het jaarlijkse Vierertreffen. Bovendien wordt regelmatig een gericht bezoek gebracht aan zusterclubs voor een bilateraal overleg, zoals een bezoek dit jaar samen met de AA (Engeland) aan de ADAC voor een gedetailleerde verkenning van de wegenwachtoperaties. Later in het jaar bezocht ook ANWB Online een van onze buurlanden voor het nader bestuderen van de Online activiteiten bij de TCB (België). De contacten met onze zusterclubs hebben geleid tot een aantal zeer concrete afspraken in de sfeer van strategieontwikkeling, efficiencyverbetering en gezamenlijke productontwikkeling.

De uitwisseling van clubs blijft overigens niet beperkt tot overleg in Europees verband: ook met de Amerikaanse zusterclub (verenigd in de AAA) en de Australische clubs (verenigd in de AA Australia) vindt tweejaarlijks toptoverleg plaats: de Global Response Roundtable Conference (GRR) en de hieruit voortgekomen Global Mobility Alliance (GMA). Een terugkomend thema tijdens de vergaderingen was de impact van de financiële crisis op de cijfers en de bedrijfsvoering. Ook automobiel- en touringclubs uit het wereldwijde netwerk werden geraakt door de economische malaise en deelden onderling ervaringen. Vanuit de behoefte aan kostenreducties werden de mogelijkheden voor het behalen van gezamenlijke inkoopvoordelen besproken met de ADAC. Ook andere trends, zoals technologische ontwikkelingen, sporen aan tot gezamenlijke strategische verkenningen. Denk hierbij aan de opkomst van mobiele diensten en sociale netwerken, maar ook aan de ontwikkelingen op het gebied van elektrische mobiliteit.

In lijn met de technologische ontwikkelingen en de economische teruggang verandert langzaam ook de wijze van vergaderen: intercontinentaal overleg wordt dikwijls “digitaal” gevoerd via “webinars”. Bezoeken aan de ANWB werden dit jaar gebracht door o.a. de JAF (Japan), RACC (Spanje), CAA (Canada) en Starter (Polen). Hierbij ging de belangstelling uit naar onze wegenwachtoperaties, lidmaatschapontwikkeling en merchandising.

FIA

De ANWB is lid van de Federation Internationale d’Automobile (FIA). Deze wereldwijde organisatie ijvert voor de belangen van meer dan 100 miljoen leden. De ANWB doet actief mee in de mobiliteitstak van de FIA, ook om het toerisme hoog op de agenda te krijgen. De FIA organiseert jaarlijks drie reguliere bijeenkomsten op wereldniveau; in 2009 vonden deze plaats in Buenos Aires, Kopenhagen en Parijs. Deze laatste stond geheel in het teken van de presidentsverkiezing, die werd gewonnen door de Fransman Jean Todt.

FIA Brussels Bureau en FIA Foundation

De Europese clubs binnen de FIA hebben een gezamenlijk bureau in Brussel van waaruit de beïnvloedingsactiviteiten in de richting van de Europese Unie worden gecoördineerd. Belangrijke dossiers in 2009 waren de toegang tot technische informatie en de nieuwe consumentenwetgeving. De FIA Foundation initieert en ondersteunt wereldwijd campagnes; daarnaast ondersteunt de Foundation onderzoek en stimuleringsprojecten. In 2009 stonden deze campagnes in het teken van schonere mobiliteit en verkeersveiligheid.

ARC

ARC Transistance SA (20% ANWB) sluit voor automobielclubs Europese hulpverleningscontracten en zorgt dat het hulpverleningsnetwerk functioneert. De ARC strategie voor de periode 2008-2013 is erop gericht om ARC als beste serviceprovider voor b2b en b2c te positioneren in een markt die steeds competitiever wordt en geografisch gesproken steeds verder groeit. Het aantal pechhulpverleners, verzekeraars en suppliers van medical assistance neemt steeds verder toe. ARC spant zich in om de kosten van medische zorg te beheersen. In 2009 heeft ARC het netwerk van dienstverleners in Europa uitgebreid met de oprichting van de Russian Auto Moto Club (RAMC). Met deze joint venture kan aan de vraag naar b2b hulpverlening op de Russische markt worden voldaan.

ACTA France en Starter Polen

ACTA (21,79% ANWB) organiseert de pechhulp in Frankrijk en sluit er hulpverleningscontracten; Starter (16% ANWB) doet hetzelfde in Polen.

Gezamenlijke tests

De ANWB voert samen met zusterclubs tests uit van voertuigen, onderdelen en toebehoren. EuroTest is een gezamenlijk programma voor het testen van diensten voor automobilisten en toeristen onderweg. In 2009 werden de rustplaatsen langs de snelweg getest op onder meer parkeergelegenheid, sanitaire voorzieningen en sociale veiligheid. Binnen EuroTAP wordt de veiligheid van tunnels in Europa onderzocht. Daarnaast neemt de ANWB met zusterclubs deel aan test- en assessmentprogramma's, waaronder EuroNCAP (botsproeven) en EuroRAP (veiligheid wegen).

EHAC

ANWB Medical Air Assistance is medeoprichter en bestuurslid van EHAC: de Europese belangenbehartiger van operators van trauma- en reddingshelikopters.

2. ONDERNEMINGSBESTUUR

De uitgewerkte structuur zoals de ANWB wordt bestuurd, inclusief de samenstelling van de raden van bestuur, commissarissen en advies, vindt u ook in het Jaarverslag 2009.

Doelstelling vereniging

De Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB is een vereniging. Artikel 3 van de statuten luidt: de vereniging heeft ten doel het behartigen van de belangen van haar leden op het gebied van recreatie, toerisme, verkeer en vervoer. Daarbij zal zij zich waar nodig mede inspannen voor het behoud en de verbetering van de kwaliteit van het milieu, alsmede van landschappelijke en cultuurhistorische waarden. De statuten dragen de ANWB dus op om 'waar nodig' de milieukwaliteit te verbeteren.

Samenhang vereniging en bedrijf

De Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB heeft al haar activiteiten ondergebracht in de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid ANWB BV. Daarnaast is een deel van de beleggingen ondergebracht in de beleggingsinstelling ANWB Beleggingen BV.

De jaarrekening ANWB Groep is de geconsolideerde jaarrekening van de Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB, ANWB BV, ANWB Beleggingen BV en hun groepsmaatschappijen. Alle aandelen van de twee besloten vennootschappen worden gehouden door de Stichting Administratiekantoor (STAK). De stichting heeft daarvoor certificaten op naam van aandelen uitgegeven, die alle in bezit zijn van de vereniging. De aandelen van de ANWB BV worden niet verhandeld en ANWB BV is niet beursgenoteerd.

Sinds deze structuur bestaat, geldt een personele unie tussen de hoofddirectie van de vereniging en de hoofddirectie van het bedrijf en tussen de raad van toezicht en de raad van commissarissen. De voorzitter van de raad van toezicht is tevens voorzitter van de vereniging. De leden van de hoofddirectie van de vereniging worden benoemd door de bondsraad op bindende voordracht van de raad van toezicht (gehoord de raad van advies). De bondsraad is als algemene ledenvergadering het 'parlement' van de vereniging.

De ruim honderd leden van de bondsraad worden in de jaarlijkse ledenvergadering benoemd door de leden van de afdeling waarin in een vacature moet worden voorzien. Het aantal bondsraadsleden per afdeling is afhankelijk van het aantal leden per afdeling. De bondsraad stelt wijzigingen vast in de statuten, de reglementen en de contributie. Bovendien is de raad verantwoordelijk voor de opstelling van de ANWB in maatschappelijke vraagstukken binnen de statutaire werkgebieden: mobiliteit, vakantie en vrije tijd.

Organisatie van de ANWB BV (overgenomen van anwb.nl)

De basisstructuur van de B.V. wordt gevormd door 3 portefeuilles die elk worden aangestuurd door een lid van de hoofddirectie: Leden en Marketing (L+M), Hulpverlening en Verzekeren (H+V) en Financiële Zaken (FZ).

Organigram (1-3-2010)

Bestuur van de vereniging

De bondsraad is – als algemene ledenvergadering – het parlement van de vereniging. De ruim 100 leden worden op de jaarlijkse ledenvergadering benoemd door de leden van de provinciale afdeling waartoe zij gaan behoren. De bondsraad stelt wijzigingen vast in statuten, reglementen en contributie. Bovendien is de raad verantwoordelijk voor de opstelling van de ANWB in maatschappelijke vraagstukken binnen de statutaire werkgebieden: mobiliteit, vakantie en vrije tijd. De voorzitters van de 12 provinciale afdelingen vormen samen de raad van advies.

Hoofddirectie

De hoofddirectie van de ANWB is het bestuur in de zin van de wet. De leden van de hoofddirectie van de vereniging worden benoemd door de bondsraad op bindende voordracht van de raad van toezicht. Er bestaat een personele unie tussen de hoofddirectie van de vereniging en de hoofddirectie van het bedrijf.

Guido van Woerkom (hoofddirecteur)



Guido van Woerkom (1955) heeft rechten gestudeerd in Leiden. Hij werkte onder meer bij Albert Heijn en werd in 1990 directeur van een communicatieadviesbureau in de BBDO Groep Nederland. Kort daarop trad hij toe tot het groepsbestuur.

Sinds augustus 1999 is hij hoofddirecteur van de ANWB. Zijn permanente aandachtsgebieden zijn HRM, Risicomanagement, Communicatie, Governance en Belangenbehartiging.

Guido vervult diverse nevenfuncties, waaronder die van president-commissaris van Evides NV, waterbedrijf in Zuid-West Nederland en commissaris bij MeteoGroup. Hij is voorzitter van de Hotelschool Den Haag en heeft ook toezichthoudende rollen in de verkeersveiligheid (vicevoorzitter van de SWOV) en het toerisme (penningmeester van Nederland Schoon). Ook heeft hij diverse functies in internationale samenwerkingsverbanden zoals de FIA.

Roland Wanders



Roland Wanders (1959) studeerde Economie aan de Katholieke Universiteit Brabant en European Economic Studies aan de University of Exeter en Politicologie (propedeuse) aan de Katholieke Universiteit Nijmegen. Hij heeft vanaf 1985 gewerkt voor de Royal Dutch Shell Group in diverse financiële managementfuncties in Nederland, Engeland, Saoedi Arabië en Venezuela. Zo was hij Finance manager bij Gas Shell UK, Finance manager Retail bij Shell Europe en vice president Finance bij Northern Latin America. Vervolgens maakte Roland in 2001 een overstap naar de Suez Groep waar hij werkte als CFO voor Sita Nederland en Vlaanderen.

Sinds september 2006 maakt Roland als CFO deel uit van de hoofddirectie van de ANWB. Behalve financiële afdelingen heeft hij ook Inkoopmanagement en het facilitaire Business Services onder zijn hoede.

Naast een aantal commissariaten vanuit de ANWB, is Roland bestuurder van de Stichting Administratiekantoor SynVest RealEstate Fund en lid van de raad van toezicht van de stichting Het Nederlands Openluchtmuseum.

Mirjam Sijmons



Mirjam Sijmons (1960) studeerde Orthopedagogie en Bestuurskunde in Leiden en rondde haar masteropleiding af in Tilburg (TIAS). In 1986 startte zij bij KPN, waar ze tal van functies vervulde, zoals die van veranderingsmanager Nieuw KPN en directeur Verkoop Zakelijke Markt. In 2001 maakte ze de overstap naar Content, waar ze algemeen directeur was.

Sinds mei 2008 is Mirjam lid van de ANWB-hoofddirectie met de portefeuille Leden en Marketing. Daaronder vallen onder meer de distributiekkanalen (winkels, anwb.nl en het Contact Center), de afdeling Strategie en Innovatie en de uitgeverij ANWB Media. Ook de afdeling Verenging, van waaruit de belangenbehartigingstaak wordt ingevuld, behoort tot haar aandachtsgebieden.

Daarnaast is Mirjam bestuursvoorzitter van Women Inc., bestuurslid van de Stichting Volkskrant, lid van de raad van commissarissen van Eneco en van de raad van toezicht van zorginstelling Valente, Universiteit Leiden en Den Haag Marketing.

Tot december 2009 was Wietze van der Laan het vierde lid van de hoofddirectie.

Beloning (hoofd)directie en hoger management

Bij de beloning van de (hoofd)directie en het hoger management hanteert de ANWB een vast en een variabel deel. Toen deze structuur enkele jaren geleden werd vastgesteld, is het variabele deel niet bovenop het bestaande salaris gekomen, maar in de plaats van een deel ervan. Om op het niveau van het oude salaris te komen, moest het management 80% van het variabele deel realiseren. Dit percentage wordt jaarlijks vastgesteld aan de hand van de prestaties van het bedrijfs onderdeel waarvoor men eindverantwoordelijkheid draagt, in vergelijking met de vooraf gestelde doelen.

De beloningen, inclusief pensioenlasten, aan hoofddirectieleden bedraagt over 2009 € 1.680.527 (2008: € 1.256.286). Aan de Raad van Commissarissen is in 2009 € 144.658 uitgekeerd (2008: € 134.037).

De beloning van de leden van de hoofddirectie is niet direct afhankelijk van de maatschappelijke resultaten. De ANWB Visie 2011 stelt echter wel dat de ANWB maatschappelijk relevant wil zijn en beter wil presteren en communiceren op het gebied van MVO. De hoofddirectie is verantwoordelijk voor de realisatie van de ANWB Visie 2011. In die zin zijn de maatschappelijke resultaten van de ANWB indirect van invloed op de beloning van de leden van de hoofddirectie.

Raad van toezicht/raad van commissarissen

De raad van toezicht houdt toezicht op het beleid van de hoofddirectie en op de algemene gang van zaken in de vereniging. De voorzitter van de raad van toezicht is tevens voorzitter van de vereniging. Er bestaat een personele unie tussen de leden van de raad van toezicht van de vereniging en de leden van de raad van commissarissen van het bedrijf. De raad van commissarissen houdt toezicht op het beleid van de hoofddirectie en de gang van zaken in het bedrijf.

Leden raad van toezicht/raad van commissarissen

mr. B. Staal (voorzitter), sinds 2003

jhr. drs. D. Laman Trip, sinds 2000

E. A. van Amerongen, sinds 2006

Ir. C.J. van der Graaf, sinds 2006

drs. F.H. Hensel, sinds 2001

mw. drs. K. M. H. Peijs, sinds 2007

mr. B. Staal

Commissaris van de koningin in de provincie Utrecht tot 15 februari 2007. Voorzitter Nederlandse Vereniging van Banken. Verder onder meer voorzitter van de raad van commissarissen bij ONVZ zorgverzekeraars, Twynstra Gudde BV en Holland Casino en lid van de raad van commissarissen bij Nestlé Nederland BV en The Nielsen Company. Voorheen onder meer partner bij Boer en Croon, algemeen directeur werkmaatschappijen Randstad Groep, commissaris korpschef bij de Gemeentepolitie Almere en lid van de Eerste Kamer der Staten-Generaal voor D'66.

jhr. drs. D. Laman Trip

Voormalig voorzitter van het bestuur van ING Nederland. Voorzitter van de adviesraad Microcredieten in Nederland en verder onder meer lid van de raad van advies bij Burgers Zoo, voorzitter van het bestuur bij Bio Kinderrevalidatie en NDDO oncology, Coach Top Executive Coaching BV en diverse andere besturen.

E.A. van Amerongen

Voorheen voorzitter van de directie van Koninklijke Swets & Zeitlinger NV en CEO Europa, Midden Oosten en Afrika van Lucent Technologies. Voorzitter van de raad van commissarissen bij BT Nederland NV en Thales Nederland BV, vice-voorzitter van de raad van commissarissen bij ASMI NV en HITT NV en lid van de raad van commissarissen bij Imtech NV, Kon. Wegener NV en Essent BV en senior independent non-executive board member bij Shanks Plc.

ir. C.J. van der Graaf

Lid van de raad van bestuur bij Unilever BV en Ltd. President bij Unilever Europa tot medio 2008. Oprichter en voorzitter van de FSHD Stichting (spierziekte). Lid van de raad van toezicht bij de stichting Spieren voor Spieren. Commissaris van Synergos (VS), executive-in-residence bij de Business School IMD

in Lausanne, Zwitserland, lid van de raad van commissarissen bij Carlsberg (Denemarken), Ben&Jerry's (VS), 3M Benelux en Mylaps. Partner van Team Heiner Management Programmes.

drs. F.H. Hensel

Voormalig senior vice president Finance Akzo Nobel en voormalig voorzitter van de boards bij Akzo Nobel USA en Akzo Nobel UK. Lid Curatorium postdoctorale treasury-opleiding VU Amsterdam, voorzitter van de raad van advies bij de Dutch Association of Corporate Treasurers en bestuurder van de Stichting Register Treasurers.

mw. drs. K.M.H. Peijs

Minister van Verkeer en Waterstaat van 2003 tot 2007. Commissaris van de koningin in de provincie Zeeland, voorzitter Veilig Verkeer Nederland, lid van de raad van commissarissen bij Aegon NV, coördinator Binnenwateren en Binnenvaart voor de Europese Commissie en lid van raad van toezicht bij de TU Delft.

Taken en verantwoordelijkheden ten aanzien van MVO

In principe ligt de verantwoordelijkheid om maatschappelijk verantwoord te opereren bij iedere medewerker en bij iedere (lijn)manager. Niettemin heeft de Hoofddirectie besloten gedurende de looptijd van de ANWB Visie 2009-2011 MVO extra aandacht te geven, onder andere door het aanstellen van een MVO Manager om het MVO-beleid en de MVO-prestaties op een hoger niveau te brengen.

De MVO manager rapporteert aan de directeur Vereniging en deze aan de directeur Leden & Marketing, Mirjam Sijmons. Binnen de Hoofddirectie beheert zij de portefeuille MVO. De keuze de functie van MVO manager 'op te hangen' onder de afdeling Vereniging, hangt ermee samen dat deze afdeling de taak had om kaders te stellen voor de activiteiten van de ANWB Groep.

De MVO Manager heeft een aantal taken:

- aanjagen van verbeteringen in de MVO-prestaties van de ANWB, onder andere door het stimuleren van duurzaam inkopen;
- formuleren van voorstellen tot aanscherping van het MVO-beleid van de ANWB;
- coördineren van het beheer van MVO-data;
- coördineren en deels uitvoeren van de interne communicatie over MVO, onder andere door regulier overleg met MVO-ambassadeurs en Bondsraadsleden;
- coördineren en deels uitvoeren externe communicatie over MVO, onder andere in de vorm van overleg met overleg met externe stakeholders.

Doelstellingen voor 2010

De nadruk komt in 2010 te liggen op de interne communicatie, met als doel dat MVO zodanig gaat leven bij alle medewerkers en managers, dat op den duur geen aparte MVO-manager meer nodig is. Hiertoe zal begin 2010 een inspiratiesessie over MVO worden georganiseerd en zal een groep van MVO-ambassadeurs in het leven worden geroepen. Zij worden uitgedaagd binnen hun eigen afdeling discussies op gang te brengen, waar mogelijk verbeteringen door te voeren en zonnig knelpunten te signaleren.

Binnen de ANWB is de afdeling HRM verantwoordelijk voor het beleid m.b.t. medewerkers, zoals arbeidsvoorwaarden (primair, secundair), arbeidsomstandigheden et cetera. De directeur HRM rapporteert direct aan de Hoofddirecteur. De meeste dochterbedrijven van de ANWB zijn verantwoordelijk voor hun eigen personeelsbeleid, maar stemmen dit in toenemende mate af op HRM.

De afdeling Interne Communicatie (IC) is verantwoordelijk voor de coördinatie en deels uitvoering van communicatie tussen ANWB en medewerkers. De manager IC rapporteert aan de Manager Concern Communicatie. De meeste dochterbedrijven van de ANWB zijn verantwoordelijk voor hun eigen interne communicatie, maar stemmen dit in toenemende mate af met Concern Communicatie.

De volgende afdelingen zijn verantwoordelijk voor een goede omgang met leden en klanten:

- De afdeling Vereniging bepaalt de kaders voor de omgang met leden en onderhoudt contacten met de zogenaamde 'Actieve leden', inclusief Bondsraadsleden. De directeur Vereniging rapporteert aan de directeur Leden & Marketing (lid van de Hoofddirectie).
- Het Marketing Competence Center Vereniging (MCC-V) is verantwoordelijk voor ledenwerving en -behoud. De Manager MCC-V rapporteert aan de directeur Marketing & Sales.
- De afdeling Retail ontvangt jaarlijks miljoenen bezoekers (leden en niet-leden) in de winkels en is verantwoordelijk voor miljoenen transacties met hen. De winkelmanagers rapporteren aan de directeur Retail.
- Het Contact Center (CC) is verantwoordelijk voor het beantwoorden van meer dan 1 miljoen telefoontjes per jaar en het afhandelen van klachten. De Manager Contact Center rapporteert aan de directeur Retail.
- De Wegenwacht verzorgt jaarlijks meer dan 1 miljoen hulpverleningen aan leden en zakelijke klanten. De Manager Hulpverlening rapporteert aan de directeur Operaties.
- De ANWB-touroperators boeken jaarlijks 400.000 reizigers (leden en niet-leden). De directeuren van de touroperators rapporteren aan de Directeur Reizen en deze aan de Directeur Marketing & Sales.
- Het MCC Zakelijke Markt is verantwoordelijk voor het relatiebeheer met grote zakelijke klanten. De Manager Zakelijke Markt rapporteert aan de directeur Operaties.
- De afdeling Klantcommunicatie (Kc) is verantwoordelijk voor de (marketing)communicatie naar leden. De manager Klantcommunicatie rapporteert aan de directeur Marketing & Sales.
- De Privacy Coördinator is verantwoordelijk voor het beleid m.b.t. de bescherming van de privacy van leden. De Privacy Coördinator rapporteert aan de manager Business Services en deze aan de directeur Financiële Zaken.

De volgende afdelingen zijn verantwoordelijk voor een goede omgang met toeleveranciers:

- Inkoopmanagement. De Manager IM rapporteert aan de Directeur Financiële Zaken.
- Alarmcentrale. De Manager Alarmcentrale rapporteert aan de directeur Operaties.
- Telstar. De directeur van Telstar rapporteert aan de directeur Operaties.
- ANWB-touroperators. De directeuren van de touroperators rapporteren aan de Directeur Reizen en deze aan de Directeur Marketing & Sales.

Overige relaties voor zover relevant in het kader van MVO, en hun relatiebeheerder:

- Hoofddirectie: relaties.
- Concern Communicatie : media.
- Algemeen Ledenbelang: relaties.
- Financiële Zaken: huisbank en huisaccountant.
- MCC-Vereniging: partnerbedrijven die 'Ledenvoordeel' bieden.
- Media: retailers die ANWB-uitgaven verkopen.
- Et cetera.

Managementproces

De MVO Manager doet minimaal een maal per jaar verslag aan de hoofddirectie over de bereikte resultaten en doet daarbij voorstellen voor de komende periode, veelal na afstemming met de betrokken managers. De hoofddirectie stelt de MVO-strategie voor de komende periode vast en communiceert de besluiten naar het zogenaamde '1^e echelon' van managers. De managers zijn vervolgens verantwoordelijk voor implementatie, daarbij ondersteund door de MVO Manager.

Corporate Governance

De wens om integer en goed bestuur te bevorderen heeft binnen de ANWB geleid tot de opstelling van reglementen voor de raad van commissarissen en de hoofddirectie, gebaseerd op de Code Tabaksblad. Hierin zijn de wijze waarop de ANWB wordt bestuurd en het toezicht op dat bestuur, duidelijk en transparant verwoord. Vanaf 2005 wordt gewerkt met deze nieuwe reglementen.

Op grond van deze reglementen heeft de raad van commissarissen twee commissies ingesteld: een audit commissie en een commissie die zich bezig houdt met de benoeming, bezoldiging en selectie van de leden van de raad van commissarissen en de hoofddirectie. Deze commissies hebben elk hun eigen reglement en brengen elk jaar verslag uit van hun werkzaamheden.

Ook in 2008 heeft de Corporate Governance Code Monitoring Commissie een rapport uitgebracht, met aanbevelingen en wijzigingen ten aanzien van de Code Tabaksblat. Zoals elk jaar zijn deze wijzigingen en aanbevelingen besproken met de hoofddirectie en raad van commissarissen, wat in mei 2009 heeft geleid tot aanpassingen in de reglementen.

Risicomanagement

De ANWB is een organisatie met zeer verschillende activiteiten die elk hun eigen specifieke risico's kennen. Om de continuïteit van de ANWB organisatie te waarborgen, gaat veel aandacht uit naar de beheersing daarvan. De ANWB hanteert het COSO-ERM model als uitgangspunt voor haar risicomanagementsysteem. Nadat de risico's in 2008 waren geïnventariseerd konden in 2009 de toprisico's van de ANWB en de beheersing daarvan in kaart worden gebracht. Ook in projecten en business cases wordt structureel aandacht besteed aan de risico's en de beheersing daarvan. Daarnaast kent de ANWB een gedragscode en een klokkenluidersregeling. In 2010 zullen audits worden uitgevoerd om de mate van beheersing van enkele toprisico's te toetsen.

Strategische risico's

In 2009 is de Visie 2011 vastgesteld. Binnen dat kader zijn vervolgens de strategieën en aandachtspunten geformuleerd voor de verschillende activiteiten van de ANWB. Dit pakket vormt het uitgangspunt voor de dagelijkse bedrijfsvoering en sturing van de organisatie, en de daaruit voortvloeiende maatregelen dragen bij aan het behalen van de gestelde doelen. Draagvlak bij de leden en het innemen van een heldere positie in het politieke speelveld en maatschappelijk middenveld is voor de ANWB de essentie van het zijn van een vereniging. Om daarop uit te komen wordt door de afdeling Vereniging voortdurend gewerkt aan het uitdragen van de standpunten van de ANWB en het betrekken van de leden bij het bepalen van die standpunten en de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten.

Operationele risico's

De reputatie van de ANWB is uitstekend. Slechte kwaliteit van producten of diensten, of een onderbreking van het leveren daarvan, kan daar afbreuk aan doen. Verschillende onderdelen van de ANWB organisatie beschikken daarom over interne kwaliteitssystemen. De ANWB werkt voortdurend aan kwaliteitsverbeteringen en onderzoekt de noodzaak van het voeren van een centraal kwaliteitsbeleid. Daarnaast is de bedrijfscontinuïteit van de belangrijkste onderdelen van de ANWB geborgd door structurele maatregelen die jaarlijks worden geactualiseerd als dat wenselijk is. Daarbij wordt vanzelfsprekend nauwlettend gekeken naar human resources en ICT.

Binnen het Contact Center (onderdeel van Retail) is een 'Team klacht' geformeerd met de taak om onverhoopt optredende klachten snel en tot ieders tevredenheid af te handelen en intern verbeteringen in gang te zetten opdat soortgelijke klachten in het vervolg worden voorkomen. In 2009 is de ANWB Wegenwacht uitgeroepen tot meest klantvriendelijke organisatie van Nederland. Ook andere delen van de ANWB worden over het algemeen als (zeer) klantvriendelijk beoordeeld.

Financiële en verslagleggingsrisico's

De ANWB richt zich sterk op de verbetering van de interne processen die leiden tot een sterkere (financiële) organisatie. Daarbij is het borgen van het naleven van wet- en regelgeving een belangrijk uitgangspunt. Verschillende projecten zijn hierop gericht. De organisatie gaat nog een stap verder door de uitwerking van een Tax Control Framework dat de komende jaren gestalte moet krijgen. De economische crisis heeft ertoe bijgedragen dat de mechanismen die de impact van economische fluctuaties moeten opvangen, nu versneld worden uitgewerkt.

Compliance risico's

Door de diversiteit van haar activiteiten heeft de ANWB te maken met een veelheid aan regelgeving en verschillende toezichthouders. Belangrijke wetgeving betreft onder meer de Wet Bescherming Persoonsgegevens (WBP), Wet op het financieel toezicht (Wft) en in de toekomst ook Solvency II voor de verzekeringsactiviteiten. De voorbereidingen voor een soepele invoering zijn inmiddels gestart. De ANWB beschikt over een compliance functie en een privacy coördinator, die onder andere invulling geven aan het bewust maken van de organisatie en de bewaking van het voldoen aan de relevante wet- en regelgeving.

Kansen

De ANWB ziet MVO overigens vooral als kans om zich nog relevanter te maken voor haar leden en voor de maatschappij als geheel zodat onze leden zich nog sterker verbonden voelen met de ANWB dan ze nu al doen. Goede MVO-prestaties dragen ook bij aan de inspiratie van medewerkers. Successen op dit vlak bieden ons ook een kans om ons te onderscheiden ten opzichte van concurrerende verenigingen en bedrijven. En ze vergemakkelijken de samenwerking met overheden, maatschappelijke organisaties en zakelijke partners die ieder op hun eigen manier proberen een goed evenwicht te vinden tussen 'people', 'planet' en 'profit'. Kortom: MVO draagt bij aan het beperken van een aantal risico's, maar risicobeperking is niet het hoofddoel van MVO.

3. STAKEHOLDERS

Voor de ANWB zijn de belangrijkste stakeholders:

- medewerkers (en gepensioneerden),
- leden (in het bijzonder de actieve leden waaronder bondsraadsleden en consuls),
- klanten (inclusief niet-leden; zowel particulieren als bedrijven/overheden),
- zakelijke partners,
- toeleveranciers,
- niet-zakelijke relaties op het terrein van mobiliteit en vrije tijd die voor de ANWB van belang zijn, zoals overheden, brancheorganisaties, NGO's, en kennisinstellingen.

Veel ANWB-medewerkers voeren gesprekken over MVO-issues met partijen in de 'buitenwereld'. Zo heeft de afdeling HRM in 2009 intensief overleg gevoerd met de vakbonden over de beste manier om de dekkingsgraad van het ANWB Pensioenfonds weer op het voorgeschreven niveau te brengen. De dekkingsgraad was door de tegenvallende rente en beleggingsresultaten gedaald tot onder de 100%. Helaas konden de ANWB en de bonden geen overeenstemming bereiken over een oplossingsplan. Uiteindelijk is door het Pensioenfonds van de ANWB een alternatief plan ingediend bij De Nederlandse Bank, dat in het laatste kwartaal werd goedgekeurd.

Om de belangen van haar leden optimaal te kunnen behartigen, heeft de ANWB frequent contact met allerlei organisaties. In 2009 heeft de ANWB intensief overleg gevoerd met de Rijksoverheid, brancheorganisaties uit de sector Verkeer & vervoer en milieuorganisaties over het invoeren van de 'kilometerprijs'.

Ondanks de vele gesprekken komt zelden de vraag aan de orde hoe de stakeholders de ANWB beoordelen wat betreft het beleid en de prestaties op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen en welke wensen of suggesties zij hebben.

Met ingang van 2009 voert de MVO-manager jaarlijks gesprekken met belangrijke netwerkpartijen over de vraag hoe zij het MVO-beleid en de MVO-prestaties van de ANWB beoordelen en welke suggesties zij hebben ter verbetering. Hierbij is een selectie gemaakt uit de belangrijkste groepen stakeholders en daarbinnen de meest voor de hand liggende kandidaten. Voor 2009 zijn als gesprekspartners geselecteerd: medewerkers, bondsraadleden, toeleveranciers en milieuorganisaties. Met zakelijke partners of klanten hebben in 2009 nog geen specifieke gesprekken over MVO plaatsgevonden. Wel is aan een aantal zakelijke contacten (toeleveranciers, partners, klanten) het Maatschappelijk Jaarverslag 2008 toegestuurd of overhandigd, vaak met een korte toelichting erbij van de ANWB-accountmanager.

Medewerkers

De MVO-manager heeft enkele tientallen één-op-één-gesprekken gevoerd met collega-ANWB'ers om een beeld te krijgen van hun opvattingen met betrekking tot maatschappelijk verantwoord ondernemen in het algemeen en in het bijzonder bij de ANWB. Hierbij is doorgevraagd naar persoonlijke ambities en naar de concrete doelstellingen of voornemens van hun afdeling op MVO-gebied. De meeste geïnterviewde ANWB-medewerkers blijken zeer betrokken bij het wel en wee van de samenleving en willen hier vanuit hun positie binnen de ANWB ook graag een positieve bijdrage aan leveren. Minpunten die regelmatig naar voren kwamen waren gebrek aan focus en tegenstrijdige signalen vanuit het management. Deze en andere opmerkingen zijn verwerkt in het plan van aanpak dat medio juni 2009 aan de hoofddirectie is gepresenteerd en vervolgens is goedgekeurd. Hierbij is onder andere het besluit genomen 'energie en CO2' als speerpunt te benoemen binnen het MVO-beleid. Dit vanwege de ernst van de dreigende klimaatverandering, de betrokkenheid van de ANWB bij (auto)mobiliteit en de voorbeeldrol die de ANWB graag wil spelen op het gebied van duurzame mobiliteit.

Leden

Twee leden van de ANWB Bondsraad hebben aangegeven bereid te zijn mee te denken over maatschappelijk verantwoord ondernemen bij de ANWB. Met hen is overlegd over de voorbereiding van een bondsraadworkshop over MVO en maatschappelijk rendement. Uiteindelijk is besloten de workshop volledig toe te spitsen op maatschappelijk rendement, maar de input van beide bondsraadsleden heeft zeker geholpen het MVO-beleid verder aan te scherpen.

Eind november heeft de ANWB 150 leden per e-mail gevraagd naar hun oordeel over het Maatschappelijk Jaarverslag 2008 en naar suggesties voor de informatievoorziening over MVO in de komende jaren. Dit leverde een beeld op dat weinig leden bereid zijn om een maatschappelijk jaarverslag geheel of gedeeltelijk door te lezen (zelfs niet als ze het digitaal in hun mailbox ontvangen), maar dat veel leden wel geïnteresseerd zijn in het beleid en de prestaties van de ANWB op het gebied van een aantal maatschappelijke thema's. Medio december 2009 heeft de ANWB 1.000 leden en 1.000 niet-leden via het ANWB Panel een aantal vragen over MVO voorgelegd.

Toeleveranciers

Binnen de groep toeleveranciers is de ARBO-dienst als eerste gevraagd voor een stakeholdergesprek, om van buitenaf input te krijgen voor verbeteringen wat betreft het personeelsbeleid. De MVO Manager heeft uitgebreid gesproken met de accountmanager van de ARBO-dienst voor de ANWB en diens collega, onder andere over het belang van een goede balans tussen 'werk en privé' en over de kansen en bedreigingen van 'Het Nieuwe werken'. Het gesprek heeft niet direct tot duidelijk aanwijsbare verbeteringen of koerswijzigingen geleid, maar zal zeker een rol spelen bij het nader in kaart brengen van de medewerkertevredenheid en het vergroten van de mogelijkheden voor thuis- en telewerken bij de ANWB.

Milieuorganisaties

Ook de Stichting Natuur en Milieu is gevraagd om het gesprek aan te gaan, om hun oordeel en suggesties te horen met betrekking tot het MVO-beleid en de MVO-communicatie van de ANWB. Als ANWB komen we SNM vaak tegen, zowel in discussies over (duurzame) mobiliteit, als in discussies over natuur, landschap, recreatie en waterkwaliteit. Op sommige onderwerpen verschillen ANWB en SNM duidelijk van mening, maar op een aantal andere trekken we gezamenlijk op. Beide organisaties hanteren veelal een constructieve basishouding ten opzichte van problemen en respect voor harde feiten. Het leek ons dan ook goed om eens rustig met SNM van gedachten te wisselen over MVO bij de ANWB. Inhoudelijk is vooral gesproken over de opstelling van de ANWB in discussies over duurzame mobiliteit en bereikbaarheid. Het gesprek heeft er aan bijgedragen dat ANWB-vertegenwoordigers, inclusief de hoofddirecteur, zich vaker in het openbaar uitspreken over (aspecten van) duurzame mobiliteit.

Rode draad

Veel van de geïnterviewde medewerkers, beide bondsraadsleden en SNM gaven te kennen klimaatverandering een belangrijk issue te vinden en voor de ANWB een belangrijke rol te zien bij het bevorderen van duurzame mobiliteit. Men kent de ANWB grote invloed toe op haar achterban bij het vergroten van kennis over milieuzaken, het bevorderen van een positieve houding ten opzichte van voorstellen die het milieu ten goede komen en zelfs bij het bevorderen van gedragsverandering. Dit maatschappelijk jaarverslag besteedt daarom veel aandacht aan het onderwerp 'energie en CO2' in relatie tot klimaatverandering en 'duurzame mobiliteit'.

4. MVO BINNEN DE ANWB (beleid, organisatie)

Strategie van de ANWB (algemeen)

De ANWB wil haar leden en klanten zo goed mogelijk helpen op het gebied van mobiliteit en vrije tijd. Door het aanbieden van producten en diensten met een goede prijs-kwaliteitsverhouding probeert de ANWB individueel relevant te zijn voor haar leden en klanten.

Identiteit

De ANWB is een maatschappelijke vereniging die met een unieke mix van beïnvloedende en dienstverlenende activiteiten de onafhankelijkheid, keuzevrijheid en mobiliteit van burgers wil bevorderen. Tevens wil zij een bijdrage leveren aan een duurzame ontwikkeling van de samenleving.

Missie

De ANWB helpt haar leden door hen te informeren, te adviseren en zo nodig te waarschuwen, en door hen bij problemen weer op weg te helpen. De ANWB wil mensen helpen hun eigen weg te gaan.

Visie

Binnen de werkvelden van mobiliteit, recreatie en toerisme spelen complexe problemen die vragen om (internationale) inspanningen gericht op een duurzame ontwikkeling. Binnen de spanningvelden die hierbij kunnen ontstaan tussen burgers, bedrijfsleven en overheid wil de ANWB een verbindende factor zijn. In samenspraak met de leden willen we werken aan de kwaliteit en de leefbaarheid van de woon- en verblijfsomgeving, met duurzame mobiliteit als een van de belangrijke aandachtspunten.

In het strategisch document ANWB Visie 2011 heeft de hoofddirectie de koers voor de jaren 2009 tot en met 2011 neergelegd.

Werken aan groeiende relevantie

De visie richt zich met 3 kerndoelen op een groeiende relevantie van de ANWB voor de leden en de samenleving. De ANWB wil er voor de leden nog meer toe doen, als belangenbehartiger én als aanbieder van producten en diensten.

Kerndoel 1: verbonden leden

Om mee te blijven tellen in het maatschappelijke debat moet de ANWB een grote achterban hebben, die zich met de organisatie verbonden voelt. Vanuit het sterke merk willen we uitstekende producten en diensten bieden, die ervoor zorgen dat leden graag bij de ANWB blijven. We willen ze betrekken bij alles wat we doen, ook bij productontwikkeling.

Kerndoel 2: geïnspireerde medewerkers

De manier waarop geïnspireerde ANWB'ers de leden helpen, informeren en voor hun belangen opkomen, moet ertoe bijdragen bij dat leden zich met de vereniging verbonden voelen en dat zij graag bij ons blijven.

Kerndoel 3: meer rendement

Doordat de leden zich verbonden voelen, de producten en diensten aantrekkelijk vinden en tevreden zijn over de manier waarop ze worden geholpen, dragen zij bij aan een gezond rendement van de organisatie. Een aanzienlijk deel van het rendement willen we gebruiken om het beeld en de positie te versterken, waarmee de vereniging voor de leden nog relevanter wordt.

Duurzame ontwikkeling in een bredere context

De ANWB ziet een aantal externe ontwikkelingen in relatie tot maatschappelijk verantwoord ondernemen:

- Steeds meer mensen passen hun levensstijl aan op duurzaamheid, ondanks de economische recessie;
- Steeds meer bedrijven gaan maatschappelijk verantwoord ondernemen, ook in de sectoren waar de ANWB actief in is, zoals verzekeren en retail;

- Overheden kennen een steeds groter belang toe aan maatschappelijk verantwoord ondernemen;
- Maatschappelijke organisaties en media confronteren bedrijven steeds nadrukkelijker met (vaak terechte) vragen op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen;
- Zakelijke klanten (bedrijven, overheden) vragen toeleveranciers zoals de ANWB steeds vaker en nadrukkelijker om informatie op MVO-gebied;
- Toeleveranciers bieden de ANWB steeds vaker (gevraagd en ongevraagd) informatie aan over hun eigen MVO-gebied of doen voorstellen hoe zij denken de MVO-prestaties van de ANWB verder te kunnen verbeteren;
- Grote mondiale problemen zoals honger, kinderarbeid, corruptie, klimaatverandering, luchtvervuiling, afname van de biodiversiteit, waterschaarste en dergelijke zijn (helaas) voorlopig nog niet opgelost. Voorlopig is er dus alle reden voor bedrijven om actief te blijven met MVO.

Visie op MVO

Door de schaal waarop de ANWB opereert en de vraagstukken waar zij zich mee bezig houdt is de ANWB per definitie een maatschappelijk relevante speler. Dit betekent echter nog niet dat al haar activiteiten ook maatschappelijk verantwoord worden uitgevoerd. De ANWB houdt zich sinds jaar en dag keurig aan de wet, in alle landen waar zij actief is, en probeert altijd fatsoenlijk om te gaan met mens en milieu, zelfs als dat niet wettelijk is voorgeschreven. Uiteraard speelt het minimaliseren van aansprakelijkheids- en imago-risico's een rol. Dit zijn wij als de 'defensieve kant' van MVO.

Eigenlijk wil de ANWB de komende jaren vooral werk maken van de 'offensieve kant' van MVO: het optimaliseren van de balans tussen 'people', 'planet' en 'profit' en het vergroten van de constructieve bijdrage aan de Nederlandse samenleving en de wereldwijde milieukwaliteit. Daarom zal de ANWB het thema MVO tussen 2009 en 2011 stevig verankeren in haar bedrijfsvoering en in haar activiteiten voor de leden.

Gedragcode, vertrouwenspersonen en klokkenluidersregeling

De kernwaarden van de ANWB zijn benoemd in de ANWB Visie 2011 en nader uitgewerkt in de gedragscode. Uitgangspunt is dat de ANWB fatsoenlijk wil omgaan met mens en milieu. De ANWB zal zich te allen tijde houden aan de wet- en regelgeving van Nederland en andere landen waar zij werkzaam is. Zelfs als dat niet wettelijk is vastgelegd willen wij consequent alle mensenrechten, zoals beschreven in de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens, respecteren. De ANWB zal zich niet schuldig maken aan oneerlijke handelspraktijken, noch aan corruptie.

In samenhang met de gedragscode kent de ANWB vertrouwenspersonen en een klokkenluidersregeling.

De beleggingen van de ANWB BV en van Unigarant voldoen aan de criteria van de Global Compact.

Maatschappelijke vraagstukken waar de ANWB zich mee bezig houdt

In het belang van haar leden is de ANWB betrokken bij een groot aantal maatschappelijke vraagstukken, zoals:

- Hoe voorkomen we dat de bereikbaarheid in ons land verslechterd?
- Hoe verlagen we het jaarlijks aantal verkeersdoden en -gewonden?
- Hoe krijgen we het verkeer schoner, zuiniger en stiller?
- Hoe krijgen we meer natuur en recreatiegebieden in ons land?
- Hoe kunnen we mooie landschappen en gebouwen het best bewaren?
- Hoe houden we (auto)mobiliteit, vakantie en recreatie betaalbaar?
- Hoe verbeteren we de rechtszekerheid voor consumenten van mobiliteits- en vrijetijdsdiensten en -producten?

Beleving van Nederlanders

Eind 2009 heeft de ANWB deelgenomen aan het 'Duurzaamheidskompas', een multi-client onderzoek van MarketResponse en Schuttelaar&Partners. De 500 deelnemers aan dit onderzoek gaven de ANWB gemiddeld een 5,9 op het gebied van duurzaamheid, niet zo hoog als Max Havelaar en Fair Trade, maar wel hoger dan een aantal directe concurrenten in de branches pechhulp, verzekeringen, retail en media. Redenen om de ANWB 'duurzaam' te noemen waren:

- de ANWB bestaat al lang (oftewel 'gaat lang mee'),

- de ANWB is een betrouwbare en deskundige organisatie,
- de ANWB is klantvriendelijk,
- de ANWB verkoopt duurzame artikelen die op eerlijke wijze zijn vervaardigd,
- de ANWB geeft duurzame adviezen en helpt haar leden om zuinig(er) te rijden,
- de ANWB spant zich in om duurzame mobiliteit te bevorderen.

Hiermee wordt eens te meer bevestigd dat het begrip 'duurzaamheid' niet door iedereen geassocieerd wordt met milieu. Redenen voor respondenten om de ANWB als niet duurzaam te beoordelen waren:

- de ANWB houdt zich bezig met (auto)mobiliteit, het is een club van automobilisten,
- de ANWB stimuleert/promoot reizen en rijden,
- de ANWB doet niets om het verkeer tegen te houden,
- de ANWB verspilt papier, met name door het uitbrengen van de Kampioen,
- de ANWB verkoopt nog nauwelijks duurzame producten (hierover zijn de meningen blijkbaar verdeeld).

Het feit dat de ANWB actief is op het gebied van (auto)mobiliteit lijkt voor veel leden en niet-leden een blokkade om de ANWB als 'maatschappelijk verantwoord' te kunnen beoordelen. Dit zou als dilemma gezien kunnen worden, maar wij laten ons hierdoor niet weerhouden in ons streven om, gegeven ons werkterrein, zo maatschappelijk verantwoord te opereren.

Uit eigen (ANWB Panel-)onderzoek in 2009 onder 1018 leden en 524 niet-leden weten we dat 89% van de leden en 86% van de niet-leden het belangrijk vindt dat bedrijven/organisaties fatsoenlijk omgaan met mens en milieu. beide groepen van mening zijn dat de ANWB fatsoenlijk omgaat met mens (gemiddeld 7,43, niet-leden 7,22, leden 7,63) en milieu (gemiddeld 7,06, niet-leden 6,92, leden 7,23). De ANWB scoort hiermee hoger dan een aantal directe concurrenten waarover ook een oordeel is gevraagd aan de respondenten. Niet iedereen heeft even veel kennis van wat de ANWB precies wel of niet doet, maar de MVO-inspanningen die men kent, waardeert men ook.

Veel leden verwachten van de ANWB dat zij een voortrekkersrol vervult op een aantal terreinen:

- 53% van de leden verwacht dat de ANWB een voortrekkersrol pakt op het gebied van verkeersveiligheid en het goede voorbeeld geeft;
- 49% van de leden verwacht dat de ANWB een voortrekkersrol pakt op het gebied van duurzame mobiliteit en het goede voorbeeld geeft;
- 48% van de leden verwacht dat de ANWB haar leden stimuleert fatsoenlijk om te gaan met mens en milieu;
- 41% van de leden verwacht dat de ANWB een voortrekkersrol pakt op het gebied van duurzaam toerisme en het goede voorbeeld geeft.

Uit eerder onderzoek onder onze leden (Kiezen voor Mobiliteit, 2005) weten we dat bijna iedereen zich realiseert dat mobiliteit negatieve effecten heeft voor het milieu, dat men dat ervaart als een urgent probleem voor zichzelf en de maatschappij en dat men graag geholpen wordt om mobiel te zijn zonder negatieve milieueffecten. Men kent hierbij een belangrijke rol toe aan de overheid, maar men zou het ook waarderen dat de ANWB zich (extra) inspant.

Speerpunten

De ANWB gaat in de ogen van Nederlanders iets minder goed om met het milieu dan met 'de mens'. Men verwacht weliswaar een voortrekkersrol op het gebied van verkeersveiligheid, maar de ANWB is al op allerlei manieren actief met dit thema in de 'normale' bedrijfsvoering (fietsles, rijopleidingen, testen, advies, rechtshulp, traumahelicopters et cetera).

Om deze reden heeft de hoofddirectie in juni 2009 'energie en CO2' benoemd als MVO-speerpunt. De argumenten op een rijtje:

- de bewijzen voor 'man-made' klimaatverandering worden steeds sterker,
- personenmobiliteit is een substantiële bron van CO2-emissies,
- leden verwachten van de ANWB een voortrekkersrol bij het stimuleren van duurzame mobiliteit, vakantie en recreatie,
- om een overtuigend verhaal naar de leden te kunnen houden, dient de ANWB zelf het goede voorbeeld te geven met het terugbrengen van haar CO2-footprint,

- besparingen op het verbruik van gas, stroom en brandstof betekent voor de ANWB een kostenbesparing en een verbetering van het rendement,
- extra aandacht voor duurzame mobiliteit biedt de ANWB kansen om zich te profileren ten opzichte van concurrenten in de sfeer van pechhulp, media et cetera,
- uitbreiding van het assortiment op het gebied van duurzame mobiliteit biedt de ANWB kansen op vergroting van de omzet,
- een overtuigende bijdrage aan het tegengaan van de CO2-emissie van het personenverkeer, helpt de ANWB om geaccepteerd te worden als serieuze gesprekspartner bij overheden en maatschappelijke organisaties.

Doelstelling voor 2010

Gezien ons papierverbruik als uitgever (13 miljoen kilo per jaar) en de toenemende aandacht voor de negatieve effecten van houtteelt op de biodiversiteit, overweegt de ANWB in 2010 het terugdringen van het gebruik van papier dat op niet-duurzame wijze geproduceerd is benoemen als tweede MVO-speerpunt. Dit speerpunt zou daarmee twee kanten krijgen: enerzijds het terugdringen van het papierverbruik binnen de ANWB-organisatie en door de ANWB richting leden en klanten (door digitalisering), anderzijds het vaststellen van minimumnormen waaraan het binnen en door de ANWB gebruikte papier moet voldoen.

5. MVO PER BEDRIJFSONDERDEEL

Breed als de ANWB-organisatie is, lopen ook de MVO-activiteiten ver uiteen, variërend van compensatie van gevlogen kilometers tot de toepassing van LED-verlichting in wegwijzers. Over de bedrijfsvoering en het personeelsbeleid is meer te lezen in de hoofdstukken planet en people. Een greep uit hoe verschillende bedrijfsonderdelen concreet bezig zijn met maatschappelijk verantwoord ondernemen, is opgenomen in dit hoofdstuk.

Wegenwacht

Jaarlijks verleent de Wegenwacht van de ANWB zo'n 1,3 miljoen keer pechhulp. En 9 van de 10 keer kan het probleem ter plaatse verholpen worden. Staat een klant op een gevaarlijke plek of moet de auto van de vluchtstrook om te kunnen sleutelen, dan zet de Wegenwacht een zogenoemd lepelvoertuig in. In 2009 nam de ANWB een aantal nieuwe exemplaren in gebruik. Deze voldoen aan de allerstrengste Europese normen, vooruitlopend op toekomstige eisen. In 2010 volgen er meer, waardoor de uitstoot van fijnstof en stikstofoxiden afneemt. Sowieso worden alle nieuwe auto's van de Wegenwacht al af-fabriek voorzien van een roetfilter. In 2010 maakt de Wegenwacht ook een keuze welk voertuig de opvolger wordt van de Volkswagen Touran die tot nu toe vooral gebruikt wordt. Het brandstofverbruik zal meespelen in de keuze, niet alleen vanwege kostenbesparing, maar ook vanwege de wens zelf het goede voorbeeld te geven bij het beperken van CO2-emissies in het verkeer. De voertuigen moeten uiteraard geschikt zijn om goede pechhulp te verlenen en zullen dus aan allerlei specificaties moeten voldoen wat betreft laadruimte, laadgewicht en accucapaciteit. Dit maakt dat de keuze vrijwel zeker niet zal vallen op de allerzuinigste auto's die in Nederland verkrijgbaar zijn. Zo zijn er ook nog geen elektrische auto's op de markt die aan onze operationele specificaties voldoen. Wel volgt de Wegenwacht de ontwikkelingen op het gebied van hybride en elektrische voertuigen nauwgezet. Om ervaring op te doen werd in 2009 een pechhulpcontract afgesloten met de importeur van de elektrische Think! In haar dagelijkse bedrijfsvoering zamelde de Wegenwacht in 2009 ruim 818.000 liter verkeerd getankte brandstof in en bood dit voor recycling aan bij een gespecialiseerd bedrijf.

Alarmcentrale

ANWB-leden kunnen bij (medische) problemen in het buitenland een beroep doen op de Alarmcentrale van de ANWB. Ook klanten van collega-verzekeringsmaatschappijen die de ANWB hebben ingehuurd, kunnen met de Alarmcentrale te maken krijgen. De hulpverlening ter plekke wordt gecoördineerd door ANWB-medewerkers op een viertal steunpunten in Europa. Incidenteel kunnen zij getroffen personen zelf bezoeken, maar meestal schakelen ze lokale hulpverleners in. Bij grote rampen en bij repatriëring van grote aantallen slachtoffers stuurt de Alarmcentrale wel eigen mensen naar het buitenland. De vliegreizen van medewerkers en gerepatriëerden veroorzaken helaas onvermijdelijk veel CO2-uitstoot. Wat betreft het aspect 'people' is in 2009 veel aandacht uitgegaan naar de opleiding van de medewerkers. Bijzonder was de training voor de supervisors waarin persoonlijke groei en ontwikkeling centraal stonden. Alle supervisors, inclusief die van de steunpunten in het buitenland, hebben hieraan deelgenomen.

Logicx

Evenals de Wegenwacht is Logicx voor haar werk vrijwel permanent op de weg aanwezig, met bergingsvoertuigen én met vervangend vervoer voor leden die door pech of een ongeval hun auto niet kunnen gebruiken. Dit veroorzaakt uiteraard CO2-uitstoot. Door de eisen die aan het bergingsmaterieel worden gesteld, is de keuze voor voertuigen beperkt en zijn de mogelijkheden tot CO2-reductie dat ook. Uit maatschappelijk oogpunt ondersteunt Logicx het Revalidatiefonds met een jaarlijkse donatie.

Reizen

De ANWB en haar touroperators verkopen vervoer, verblijf, 'vermaak' en verzekeringen, veelal in combinatie als pakketreis. MVO speelt daarbij een belangrijke rol. Alle ANWB-reisdochters zullen uiterlijk eind 2010 hun klanten bij vlieg- en autoreizen de mogelijkheid bieden om hun vervoer klimaatneutraal te maken via het ANWB GreenSeat programma. Via deze samenwerking met de Climate Neutral Group (CNG) komt het geld van klanten die kiezen voor klimaatcompensatie ten goede aan een textielfabriek in Thailand. Sinds enige tijd gebruikt die rijtschillen van boeren in de omgeving voor haar energievoorziening, in plaats van stookolie. Dit levert een vermindering van CO2-emissies op die minimaal gelijk is aan de CO2-emissies die de vakantiegangers veroorzaken.

Hieronder worden nog enkele specifieke MVO-issues belicht van de reisdochters:

FOX Vakanties - Sinds 2009 biedt FOX Vakanties in samenwerking met de stichting Orange Angel zogenoemde 'feel good'-reisverlengingen aan op een aantal bestemmingen. Toeristen krijgen zo de mogelijkheid om, aansluitend op hun vakantie, een aantal dagen vrijwilligerswerk te verrichten voor een project in Thailand, Vietnam, Sri Lanka, Costa Rica of India/Nepal. In de reissom zit een klein bedrag verwerkt ter financiering van de projecten, die ook jaarlijks een donatie van 10.000 euro ontvangen van FOX en Orange Angel. Ook de vrijwillige bijdrage van € 4,95 in de verzendkosten van de FOX-reisgidsen gaat volledig naar deze projecten. Naast de deelname aan het GreenSeat-programma compenseert FOX alle vluchten van haar medewerkers, behalve van reisleiders. In 2010 start een orang-oetanactie. Voor iedere boeking met vertrek vanaf 1 april 2010 naar Maleisisch Borneo zal FOX voor één jaar een baby orang-oetan adopteren. Deze apen worden in speciale opvangcentra op Borneo grootgebracht en erop voorbereid hun eigen leven op te pakken in de wildernis. Tijdens hun vakantie kunnen klanten hun eigen 'adoptiebaby' bezoeken.

SNP Naturreizen - SNP biedt haar klanten al enkele jaren de mogelijkheid om hun vliegreis klimaatneutraal te maken. In 2009 deed al meer dan 35% van de reizigers dit. Vanaf 2010 loopt het initiatief mee in het GreenSeat-compensatieprogramma waar ook de andere ANWB-reisdochters aan meedoen. Daar bovenop komt de unieke samenwerking met Sunny Cars waarbij een percentage van de huursom op veel bestemmingen naar het klimaatfonds gaat om op vakantie gereden kilometers te compenseren. Tot slot biedt SNP op bestemmingen tot 1.000 kilometer actief aan om met de trein te reizen. Ook worden alle vluchten van reisvoorbereiders en reisleiders gecompenseerd. Over het jaar 2009 wordt weer een vast percentage van de winst gedoneerd aan Vogelbescherming Nederland. In eigen huis staat duurzaamheid ook centraal.

Doelstellingen 2010

In 2010 verhuist SNP naar een nieuw kantoorpand, dat zodanig wordt gerenoveerd dat het 'energielabel' stijgt van G naar C. In 2010 zal steeds meer informatie digitaal verzonden worden, zoals facturen, vouchers en E-tickets. In 2010 wordt geïnterviewd welke keurmerken of labels accommodaties en lokale agenten voeren, dit vanuit het streven om zoveel mogelijk te werken met partners die duurzaamheid hoog in het vaandel hebben staan. SNP ondersteunt daarom ook Travelife, een initiatief dat accommodaties aanzet om ecologische en sociale standaarden te implementeren.

Pharos Reizen - In mei 2009 heeft Pharos Reizen haar assortiment uitgebreid met reizen voor alleenstaande senioren, opgedeeld in Sophia (voor alleenreizende vrouwen) en Alphons (voor alleenreizende mannen). Pharos wil zo een bijdrage leveren aan het vergroten van de vakantieparticipatie van alleenstaande senioren. Om deelname aan de reizen zo laagdrempelig en interessant mogelijk te maken, zijn de reizen opgezet rond bepaalde hobby's en liefhebberijen, zoals 'tuinen', 'auto's' en 'literatuur'. De samenwerking met het Meva Fonds werd gecontinueerd. Via een button op het online boekingsformulier kunnen klanten een bedrag van 1 euro of meer doneren voor vakanties voor mensen met een beperking. Zij kunnen vaak geen (aangepaste) vakantie betalen, terwijl verschillende onderzoeken juist hebben aangetoond dat vakanties een therapeutisch effect hebben. Ook in 2009 heeft Pharos tot slot vakanties aangeboden met een milieubonus. Klanten die ervoor kozen om in het hoogseizoen buiten de zwarte zaterdagen aan te komen op hun vakantiebestemming, en zodoende het milieu ontlastten, profiteerden op verschillende accommodaties van € 50 korting.

Unigarant

Bij het herinrichten van haar bedrijfspand, begin 2009, heeft verzekeringsdochter Unigarant gebruik gemaakt van energiezuinige technieken. Al tien jaar wordt alle inkomende post direct gescand en digitaal verwerkt. Zelfs de output voor de klant kan digitaal worden verstrekt. Dit bespaart tijd en papier. Unigarant wil een verzekeraar van onbesproken gedrag zijn en heeft daarom in 2009 een aantal verbeterpunten benoemd, waaronder de communicatie naar klanten door ze actief te wijzen op het verlengen van hun verzekering. Ook de klachtenafhandeling wordt onder de loep genomen. Deze is nu vooral gericht op het zorgvuldig en snel afhandelen van klachten en zal zich in de toekomst ook focussen op het wegnemen van oorzaken en het verbeteren van service. Unigarant voldoet aan de gedragscode die het Verbond van Verzekeraars heeft opgesteld en die per 1 januari 2010 van kracht is geworden.

UVM, de risicodragers van Unigarant, gebruikt voor haar beleggingen uitsluitend beleggingsfondsen die voldoen aan de Global Compact Principles van de Verenigde Naties. Deze omvatten richtlijnen voor mensenrechten, arbeidsomstandigheden, milieu en anticorruptie. Voor fraudebestrijding kent Unigarant een eigen afdeling Speciale Zaken die verdachte claims opspoorde en afhandelt. Door het voorkomen en opsporen van onterechte claims draagt zij bij aan beheersbare premies. Werknemers worden bij Unigarant gestimuleerd sportief bezig te zijn, door deelname aan de regionale sportevenementen die hun werkgever sponsort, aan de Nationale Traplooptweek in september, aan de Nationale Bedrijfsfietsdag in mei - eveneens gesponsord door Unigarant - en door deelname aan de bedrijfsfietsenregeling. Eind 2009 is een groot medewerkerstevredenheidsonderzoek gehouden, waaraan 88% van de medewerkers deelnam. De algemene tevredenheid scoorde goed met een 7,2.

ANWB Media

Bij het aangaan van drukwerkcontracten vraagt ANWB Media altijd of de drukkerijen aan de laatste milieueisen voldoen. Voor een aantal uitgaven wordt gebruik gemaakt van FSC-papier. In 2009 is besloten nog niet voor de hele linie (kaarten, boeken, gidsen en tijdschriften) over te gaan op papier en drukwerk dat voldoet aan een betrouwbaar keurmerk op natuur- en milieugebied. De investering van enkele tonnen extra werd niet verantwoord geacht in een economisch onzekere tijd met achterblijvende advertentie-inkomsten. In 2010 wordt een verkenning gehouden om de mogelijkheden te bekijken. Intern is de organisatie in 2009 op orde gebracht. Er is een veelomvattend verandertraject afgerond met de invoering van een nieuw besturingssysteem. Het resultaat is niet alleen een efficiëntere en beter bestuurbare organisatie, maar ook een grotere betrokkenheid van de medewerkers. De medewerkerstevredenheid steeg van een 5,5 naar 7,5 in één jaar, mede door de inspanningen van de medewerkers zelf.

ANWB Rijopleiding

In 2009 heeft ANWB Rijopleiding een overeenkomst gesloten met Volkswagen voor de aanschaf van het nieuwe type Polo met B-label. Mogelijk wordt deze overeenkomst uitgebreid naar de Polo Bluemotion met A-label die in maart 2010 op de markt komt. Er zijn in 2009 39 nieuwe Polo's besteld en al enkele daadwerkelijk geleverd. Ze vervangen de Toyota's met D-label waarin veel franchisenemers van ANWB Rijopleiding 'lessen'. Bij de keuze van een nieuw type is ook de hybride Toyota Prius overwogen, maar deze is er alleen als automaat en kan daardoor niet ingezet worden als lesauto.

ANWB Test- en Trainingscentrum

Via de Climate Neutral Group heeft het ANWB Test- en Trainingscentrum in 2009 130 ton CO₂ gecompenseerd. Bovendien werd het centrum voorzien van een nieuw besturingssysteem dat op papier zo'n 10 tot 15% minder stroom verbruikt dan het vorige. Of dat echt zo is, zal in 2010 blijken.

Medical Air Assistance (MAA)

ANWB Medical Air Assistance (MAA) verzorgt de operatie van de traumahelikopters voor de academische ziekenhuizen van Amsterdam, Rotterdam, Nijmegen en Groningen. Wanneer tijdwinst van levensbelang is, vervoeren de helikopters een mobiel medisch team naar de ongevalslocatie. In 2009 zijn de traumahelikopters ruim 4.150 keer opgeroepen en is er 2.500 keer daadwerkelijk hulp verleend. Van de 2.500 patiënten zijn er 380 (15%) in de helikopters vervoerd. De inzet resulteerde in 1.900 vliegreizen met 6 helikopters. Hierbij is 460.000 liter kerosine verbruikt. Een van de MAA-piloten is samen met de ACE Aviation Academy de uitdaging aangegaan een Trans-Atlantische overtocht te maken in de grootste nog vliegende dubbeldekker ter wereld, de Antonov 2. Om de betrouwbaarheid van biobrandstof aan te tonen zal deze vlucht volledig op Bio-methanol worden uitgevoerd. Dit levert 70% CO₂-reductie op in de keten en put geen andere energiebronnen uit. In verband met de slechte weersomstandigheden in het najaar van 2009, is de vlucht die van Californië via Canada, Groenland, IJsland, Schotland en Engeland naar Nederland voert, verplaatst naar voorjaar/zomer 2010. In 2009 zijn voorbereidingen getroffen om vanaf voorjaar 2011 landelijk ook 's nachts te gaan vliegen. Daarnaast wordt gewerkt aan de ontwikkeling van aanvullende vliegwerkzaamheden met medische missies, zoals een zorghelikopter tijdens het drukke zomerseizoen aan de Zeeuwse kust, het vervoer van patiënten naar gespecialiseerde ziekenhuizen, het snel overbrengen van medische teams, transplantatieteams en organen, en de inzet als stand-by medisch team bij grote evenementen.

Bewegwijzering

Op steeds grotere schaal past de ANWB LED-verlichting toe in wegwijzers. In 2009 is in nieuw geplaatste verlichte objecten nog bijna uitsluitend deze nieuwe techniek gebruikt. De vervangingsmarkt blijft nog wat achter, al is de vraag in 2009 wel merkbaar toegenomen. In de sinds 1997 gehanteerde borden met een ronde top (ten opzichte van de daarvoor gebruikelijke scherpe punt) kan probleemloos led worden gemonteerd ter vervanging van TL. Ten opzichte van TL-verlichting is led goedkoper in aanschaf, de verlichting heeft een lager energieverbruik (38%), een langere verwachte levensduur en het geeft een egalere lichtverdeling.

6. PEOPLE

De ANWB is al sinds haar oprichting een maatschappelijke organisatie. Als grootste vereniging van Nederland met bijna vier miljoen leden, staan we middenin de samenleving. De hulpverlenings-activiteiten zijn het meest bekend en zichtbaar, maar ook belangenbehartiging is een van de kernactiviteiten. Bij talloze vraagstukken over mobiliteit en recreatie is de ANWB een belangrijk en invloedrijk gesprekspartner. Bij de ANWB Groep, dus de ANWB en haar dochterondernemingen, werken ruim 4.700 mensen. Als werkgever streeft de ANWB naar betrokken en geïnspireerde medewerkers, niet voor niets een van de hoofddoelstellingen uit de ANWB Visie 2011.

Het hoofdstuk People gaat in op hoe de ANWB omgaat met medewerkers en leden, maar beschrijft ook hoe de ANWB haar ketenverantwoordelijkheid invult.

Goede doelen

Voortkomend uit haar sociaal-maatschappelijke betrokkenheid draagt de ANWB veel maatschappelijke organisaties en initiatieven een warm hart toe. In 2009 heeft de afdeling Zakelijke Markt daarom bijvoorbeeld Wegenwachtlidmaatschappen weggegeven, onder andere aan de Stichting Ambulance Wens en aan Villa Pardoes. SNP Naturreizen doneerde een aanzienlijk bedrag aan Vogelbescherming Nederland, Pharos Reizen deed hetzelfde bij het MEVA-fonds, FOX Vakanties doneerde aan Orange Angel en dochterbedrijf Logicx aan het Revalidatiefonds.

Doelstellingen 2010

In 2010 wil de hoofddirectie een besluit nemen over het 'maatschappelijk rendement': het bestemmen van een substantieel deel van het financieel resultaat aan 'iets moois' waar miljoenen leden en niet-leden profijt van zouden moeten hebben.

ANWB Fonds

Via het ANWB Fonds zijn ook in 2009 weer projecten en initiatieven (financieel) ondersteund op het gebied van verkeer, vervoer, recreatie en toerisme, met aandacht voor milieu, landschappelijke en cultuurhistorische waarden. Van de 259 aanvragen voor subsidie of donatie zijn er 115 gehonoreerd met een totaalbedrag van ruim 471.000 euro. Het Fonds verstrekke onder andere donaties aan het Universiteitsmuseum in Utrecht om het wandelpad van de oude hortus rolstoelvriendelijk te maken, het Landbouw Natuur Milieueducatiecentrum in Venray kreeg tekstborden en leskisten en er waren donaties voor het scootmobielpark in Laarbeek, een fluisterboot voor rondvaarten door het Groene Hart en een belevingstuin voor mensen met een beperking in Middelburg.

6.1 MEDEWERKERS

De ANWB streeft naar betrokken en geïnspireerde medewerkers. Dit is een van de hoofddoelstellingen van de ANWB Visie 2011. De ANWB wil een goede werkgever zijn. Dit vertaalt zich onder andere in uitdagende functies en werkzaamheden, een prettige werksfeer en cultuur met veel aandacht voor de mens, goede primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden, goede opleidings- en ontwikkelingsmogelijkheden, veilige, gezonde en prettige arbeidsomstandigheden en in mogelijkheden om op bescheiden schaal in werktijd collega's van andere afdelingen bij te staan of vrijwilligerswerk buiten de deur te verrichten.

Ontwikkelingen in 2009

Werkgelegenheid

Op 31 december 2009 waren in totaal 4954 mensen in dienst bij de ANWB, van wie 4063 met een vast en 891 met een tijdelijk contract. De werkgelegenheid bij de gehele ANWB (inclusief 100% dochterbedrijven) bedroeg 4747 FTE. Bijna de helft van de werknemers werkt part-time.

Ziekteverzuim, veiligheid en gezondheid

Het ziekteverzuim bij de ANWB bedroeg in 2009 gemiddeld 4,9%. In 2009 hebben zich geen ernstige ongevallen op het werk voorgedaan.

Mogelijkheden voor thuis- en telewerken

In het Maatschappelijk Jaarverslag 2008 hebben we gezegd dat we de mogelijkheden voor thuis- en telewerken verder wilden uitbreiden en hiertoe een proef zouden starten met 25 medewerkers van het Contact Center en de Alarmcentrale. Deze proef heeft plaatsgevonden en heeft veel nuttige ervaringen opgeleverd om de pilots in 2010 te kunnen uitbreiden. De ANWB wil een start maken met 'het nieuwe werken' door groepen medewerkers meer mogelijkheden te bieden om plaats- en tijdonafhankelijk te werken. De invoering hiervan kan leiden tot een aanzienlijke reductie van CO₂-uitstoot in het woon-werkverkeer.

Opleiding en training, ontplooiingsmogelijkheden

De werkgroep voor de opzet van levensfasebewust personeelsbeleid is begin 2010 van start gegaan. De aangekondigde verkenning naar maatschappelijke sponsoring is flink gevorderd, maar zal pas in 2010 worden afgerond. De ANWB hoopt in 2011 te kunnen starten met de implementatie.

Sociaal plan in verband met 'overheadreductie'

In de zomer van 2009 is een onderzoek uitgevoerd naar de mogelijkheden om de overheadkosten binnen de ANWB te reduceren. Dit heeft helaas tot gevolg dat een aantal functies vervalt op afdelingen als Klantcommunicatie, Concern Communicatie, HRM en Financiële Zaken. Voor de betrokken medewerkers volgde eind 2009 een periode van onzekerheid. De ANWB voorziet in een goed sociaal plan voor wie getroffen wordt door de overheadreductie.

Herstelplan van het ANWB pensioenfonds

In 2009 heeft de ANWB veel discussie gehad met de vakbonden over het herstelplan van het ANWB Pensioenfonds. In december is het herstelplan (versie 4) goedgekeurd door De Nederlandsche Bank en eind 2009 bedroeg de dekkingsgraad van het pensioenfonds weer meer dan 100%.

Vrijwilligerswerk

Om zelf de handen uit de mouwen te steken, heeft een aantal afdelingen in 2009 vrijwilligerswerk verricht. De collega's van de vereniging gingen bijvoorbeeld met 30 man een dag een speeltuin in Den Haag opknappen. Soortgelijke activiteiten ontplooiden de collega's bij Group Control en ANWB Media. Al deze activiteiten hebben ook sterk bijgedragen aan de inspiratie bij medewerkers, een van de doelen uit de ANWB Visie 2011.

CIJFERS MEDEWERKERS

Onderstaand informatie over het totale personeelsbestand naar arbeidsovereenkomst, in- en uitstroom en ziekteverzuim. Het percentage parttimers lag in 2009 op 47% bij een gemiddelde leeftijd van 42 jaar en een gemiddeld aantal dienstjaren van 13. Een verdeling naar leeftijdsgroep en geslacht is op groepsniveau nog niet te geven. Gestreefd wordt naar verdere uniformiteit in de registratie van HRM-gegevens in 2010.

Werkgelegenheid (FTE's)

	<u>Aantal FTE</u>
ANWB BV	3.211
Unigarant	425
Logicx mobiliteit	69
Logicx Berging	198
MAA	26
ARO	13
Telstar	78
Pharos	47
PinHigh	56
SNP	67
Travelhome	14
FOX	83
Totaal	4.287

Werkgelegenheid (aantal medewerkers per 31-12-2009)

	<u>Vast</u>	<u>Tijdel.</u>	<u>Totaal</u>
ANWB BV	3.056	550	3.606
Unigarant	445	103	548
Logicx mobiliteit	68	33	101
Logicx Berging	175	83	258
MAA	29	1	30
ARO	9	6	15
Telstar	60	20	80
Pharos	38	18	56
PinHigh	35	30	65
SNP	55	21	76
Travelhome	12	4	16
FOX	81	22	103
Totaal	4.063	891	4.954

Ziekteverzuim (in %)

ANWB BV	5,00
Unigarant	4,17
Logicx mobiliteit	3,80
Logicx Berging	7,10
ARO	6,38
Telstar	4,04
Pharos	4,90
PinHigh	6,66
SNP	2,55
Travelhome	4,13
FOX	4,47
Totaal	4,95

In- en uitstroom

	In	Uit
ANWB BV	586	646
Unigarant	91	65
Logicx mobiliteit	13	18
Logicx Berging	34	51
MAA	6	
ARO	2	2
Telstar	7	15
Pharos	45	37
PinHigh	15	18
SNP	9	13
Travelhome	8	7
FOX	4	13
Totaal	820	885

6.2 LEDEN

De ANWB wordt door velen vooral gezien als bedrijf, maar in wezen is de ANWB een vereniging, en wel de grootste van Nederland met bijna 4 miljoen leden. Net als veel andere verenigingen bieden we onze leden in ruil voor een bescheiden basiscontributie van 16,50 euro per jaar een aantal voordelen, zowel financieel als niet-financieel. Zo bieden we onze leden een aantal gratis diensten aan, maar ook een groot assortiment aan (betaalde) producten en diensten met een goede prijs-kwaliteitverhouding, mede dankzij ledenkorting.

Verenigingskaders

Al sinds de oprichting van de ANWB in 1883 bepaalt het verenigingskarakter de manier waarop wij werken. Bij alles wat we doen staan de leden in principe centraal. We willen hen zo goed mogelijk helpen op onze werkterreinen: mobiliteit en vrije tijd. Betrouwbaarheid, deskundigheid en eerlijkheid zijn daarbij onze kernwaarden.

Ontwikkelingen in 2009

Eind 2009 telde de ANWB bijna 4 miljoen leden (zie de kerncijfers in het Jaarverslag). Ondanks de economische recessie kende de ANWB, anders dan veel andere verenigingen, in 2009 geen ledenverlies maar zelfs een groei van 30.000 leden.

Doelen voor 2010 en later

De ANWB streeft ernaar eind 2011 vier miljoen leden te hebben die zich verbonden voelen met hun ANWB. De ANWB zou graag zien dat zij de ANWB niet alleen voor zichzelf of hun gezin belangrijk vinden (individueel relevant), maar ook voor de Nederlandse maatschappij als geheel (maatschappelijk relevant). De ANWB streeft ernaar dat meer dan tweederde van de leden de ANWB als een maatschappelijk betrokken organisatie ziet.

Actieve leden

De ANWB biedt haar leden allerlei mogelijkheden om actief te participeren. 105 leden vormen samen de bondsraad die meedenkt met de hoofddirectie bij de meest wenselijke koers en die het beleid controleert. Daarnaast zijn er de consuls, mentoren en bijvoorbeeld roadguards. De mentoren hebben in 2009 een belangrijke rol gespeeld bij de maatschappelijke stages die de ANWB organiseerde onder de naam Naturewise. Drie dagen hebben zij een groep VMBO-leerlingen begeleid bij het onderhoud aan een natuurgebied. Veel van de deelnemende kinderen kwamen daarbij voor het eerst van hun leven intensief in contact met de natuur. De ANWB wil in 2010 zo'n 10 pilots uitvoeren met Naturewise. Met de opgedane ervaring denkt de ANWB in 2011 een groot aantal scholen te kunnen helpen bij het organiseren van de dan verplichte maatschappelijke stages voor hun leerlingen.

Meer over deze activiteiten is te lezen onder Actieve leden op anwb.nl en in het jaarverslag van de Vereniging.

6.3 KLANTEN EN PARTNERS

De ANWB biedt een beperkt aantal producten en diensten exclusief aan leden aan. Veel is ook beschikbaar voor wie geen ANWB-lid is, zij het dan vaak zonder ledenvoordeel. Wij hebben dus klanten die ANWB-lid zijn, maar ook veel klanten die geen lid zijn. Afgezien van de prijs maken we bij verkoop en service geen onderscheid tussen beide groepen. Net als ieder ander bedrijf streeft de ANWB naar klanten die zeer tevreden zijn over onze producten en diensten. Waar men minder tevreden is, zijn we over het algemeen tamelijk coulant en komen we de klant vaak tegemoet om alsnog tot een hoge tevredenheid te komen. Waar sprake is van een formele klacht, proberen we deze snel en adequaat op te lossen.

Naast particuliere klanten kent de ANWB ook zakelijke klanten. Zo hebben de Wegenwacht en de Alarmcentrale in 2009 pechhulp verzorgd en bijstand verleend voor een groot aantal zakelijke afnemers. Ook dochterbedrijven als Telstar Trading zijn actief in het zakelijke segment. Telstar verkoopt bijvoorbeeld kleding en 'special products' aan andere klanten dan de ANWB, zoals de Koninklijke Nederlandse Redding Maatschappij en aan buitenlandse zusterclubs als de ADAC en de ÖAMTC.

Voor het aanbieden van ledenvoordeel werkt de ANWB samen met talloze partners in het Show your Card!-programma.

Ontwikkelingen in 2009

Het Jaarverslag 2009 gaat nader in op de ontwikkelingen bij de verschillende bedrijfsonderdelen van de ANWB.

6.4 TOELEVERANCIERS EN KETENVERANTWOORDELIJKHEID

De ANWB wil dat al haar toeleveranciers zich houden aan een pakket van minimumeisen op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dit betekent in ieder geval dat toeleveranciers in relatie tot hun personeel de mensenrechten dienen te respecteren, kinderarbeid dienen te vermijden, zich niet schuldig moeten maken aan omkoping en corruptie en dat ze milieuvuiling zoveel mogelijk dienen te voorkomen. Wat betreft medewerkers betekent dit verder het bieden van redelijke arbeidsomstandigheden wat betreft bijvoorbeeld werktijden en ARBO-eisen.

Inkoop

De inkoop van ANWB BV en een deel van de dochterbedrijven wordt gecoördineerd door de afdeling Inkoopmanagement. De Manager Inkoop bepaalt in overleg met de hoofddirectie en de zogenoemde Tenderboard het inkoopbeleid. Hierbij maakt zij dankbaar gebruik van de kennis die zij ontleent aan NEVI, de brancheorganisatie van inkopers. In de Request for Information (Rfi) nodigt de ANWB potentiële toeleveranciers nadrukkelijk uit om inzage te geven in hun MVO-beleid en MVO-prestaties. In 2009 heeft de ANWB haar Maatschappelijk Jaarverslag (2008) actief verspreid onder een aantal toeleveranciers om hen te attenderen op de ambities van de ANWB en hen te prikkelen daar vanuit hun rol ook zelf een bijdrage aan te leveren.

Een belangrijk deel van de inkoop van de ANWB Groep wordt verzorgd door dochterbedrijf Telstar Trading. Dit bedrijf betreft kleding en 'special products' uit onder andere China, Bangladesh en Polen. Om MVO-risico's in de keten van toeleveranciers zoveel mogelijk uit te sluiten, sluit Telstar in principe contracten af met productiefabrieken en niet met handelaars. Telstar kent binnen haar organisatie een Social Compliance Officer. Zij is verantwoordelijk voor het beleid met betrekking tot de gewenste sociale en milieuprestaties. Telstar is sinds 2006 aangesloten bij het Business Social Compliance Initiative (BSCI). Deze organisatie coördineert namens een groot aantal aangesloten afnemers MVO-audits bij fabrikanten van consumptiegoederen overal ter wereld. Hierbij vindt een beoordeling plaats of de betreffende toeleverancier de mensenrechten consequent naleeft. Inmiddels zijn de toeleveranciers van meer dan 50% van het inkoopvolume van Telstar minimaal een maal bezocht door audit-teams van BSCI.

De Alarmcentrale koopt zelf een aantal zaken in, zoals vervoer en verblijf van medewerkers en getroffen leden, en medische hulp. Kwaliteit en snelheid zijn hierbij essentieel. Het MVO-beleid en de MVO-prestaties van de aanbieder zijn hierbij van ondergeschikt belang, zeker bij ernstige medische complicaties.

De ANWB-reisdochters kopen zelf zaken in zoals vervoer, verblijf, lokale gidsen en andere essentiële onderdelen van pakketreizen. Wat betreft inkoop van andere producten of diensten kunnen zij zich aansluiten bij de inkoop via de ANWB BV (bijvoorbeeld voor groene stroom of standruimte op beurzen), maar kunnen zij er ook voor kiezen dit zelf te doen (zoals voor de productie van brochures of hosting van websites). Twee touroperators hebben inmiddels een coördinator Duurzaam Toeristisch Ondernemen (DTO) binnen hun organisatie benoemd. Zij zijn, met hun directies, verantwoordelijk voor het keten-beheer. De MVO-manager van de ANWB ondersteunt hen hierbij.

Ontwikkelingen in 2009

In 2009 heeft de afdeling Inkoopmanagement met hulp van extern advies een verkenning uitgevoerd naar de mogelijkheden om te komen tot duurzamer inkoop. Hierbij zijn voorstellen ontwikkeld voor aanpassing van de inkoopvoorwaarden, de eerder genoemde Rfi en de RfP.

In verband met de economisch moeilijke omstandigheden van ZZP'ers heeft de ANWB in 2009 besloten de betalingstermijn voor deze groep toeleveranciers terug te brengen van 60 naar 30 dagen.

Doelstellingen voor 2010 met betrekking tot duurzaam inkopen

- De ANWB zal in 2010 starten met minimaal 1 pilot om ervaring op te doen met 'duurzaam inkopen'. Hierbij zal gepoogd worden om MVO een plek te geven in alle fases van het inkoopproces: vanaf het opstellen van de inkoopstrategie tot aan de definitieve besluitvorming in de Tenderboard, het afsluiten van het contract en het leveranciersmanagement. Het ligt voor de hand te kiezen voor een inkooptraject op het terrein van de beide MVO-speerpunten, energie en papier. Mogelijk zal tevens een verkenning worden gestart naar de inkoop van 'duurzame tassen en tasjes' voor gebruik in de ANWB Winkels.

- Op basis van de ervaringen met de pilots 'duurzaam inkopen' zal de ANWB besluiten hoe MVO een structurele plek kan krijgen in het inkoopproces. Mogelijk vergt dit aanpassing van de algemene inkoopvoorwaarden.
- Telstar Trading streeft ernaar medio 2010 meer dan 65% van haar inkoopvolume door BSCI te hebben geaudit.
- SNP Reizen zal in 2010 bij de plm. 1000 accommodatiehouders buiten Nederland waar zij geregeld zaken mee doet inventariseren hoe zij omgaan met mens en milieu.
- FOX vakanties en SNP Reizen zullen in het kader van het IDH Toerisme hun contractpartners in een zestal ontwikkelingslanden gaan helpen beter om te gaan met mens en milieu.

7. PLANET

Dit hoofdstuk gaat in op het milieubeleid van de ANWB. Wat doen we in eigen huis en hoe proberen we onze leden te helpen om hún negatieve invloed op het milieu te verminderen?

Thema's

Gezien de werkvelden waar de ANWB actief op is, mobiliteit en vrije tijd, zijn de belangrijkste milieuthema's voor de ANWB:

- klimaatverandering en duurzame mobiliteit,
- luchtvervuiling en duurzame mobiliteit,
- verbruik papier en andere grondstoffen,
- waterverbruik/waterkwaliteit, en
- biodiversiteit en landschapskwaliteit.

Naar verwachting zullen deze thema's ook de komende jaren actueel blijven voor de ANWB.

De ANWB kent in haar bedrijfsvoering geen emissies van ozonafbrekende stoffen.

Milieubeleid ANWB

De ANWB wil als bedrijf graag fatsoenlijk omgaan met natuur en milieu. Ieder jaar voert de ANWB verbeteringen door om de negatieve milieugevolgen van de eigen bedrijfsvoering en die van de keten waarin de ANWB opereert te verminderen. Maar daar willen we het niet bij laten.

De ANWB erkent dat de mobiliteit en vrijetijdsbesteding van haar bijna vier miljoen leden anno 2010 een aantal negatieve effecten heeft op het milieu en dat dit direct of indirect negatieve gevolgen heeft op mensen, flora en fauna. De ANWB voelt zich mede verantwoordelijk voor het voorkomen en oplossen van.

Artikel 3 van de ANWB-statuten schrijft voor dat de vereniging zich waar nodig mede zal inspannen voor het behoud en de verbetering van de kwaliteit van het milieu, alsmede van landschappelijke en cultuur-historische waarden. De statuten bepalen tevens dat de ANWB zich zal inspannen om de leefbaarheid van haar leden te verbeteren. Enerzijds door het aanbieden van producten en (informatie)diensten waarmee leden en klanten bewuste keuzes kunnen maken en hun eigen milieudruk kunnen verlagen. Anderzijds door het beïnvloeden van partijen die een belangrijke bijdrage leveren aan het verbeteren van de milieukwaliteit, zodat leden en klanten nog meer van hun vrije tijd kunnen genieten en zich bij hun mobiliteit en vrijetijdsbesteding minder schuldig hoeven voelen over ongewenste bijeffecten.

Beleidswijzigingen in 2009

Medio 2009 MVO heeft de ANWB Hoofddirectie 'energie/CO2' benoemd tot MVO-speerpunt en besloten dat de ANWB zich de komende jaren extra zal inspannen om klimaatverandering tegen te gaan door de emissies van CO2 en andere broeikasgassen terug te dringen, zowel in het eigen bedrijf als bij de leden. De ANWB heeft eind 2009 in het openbaar te kennen gegeven op termijn klimaatneutraal te willen werken, maar heeft daar vooralsnog geen jaartal aan willen koppelen.

Doelstellingen voor 2010

- De ANWB zal in 2010 besluiten met welk percentage de ANWB haar eigen energieverbruik en de daarbij behorende CO2-footprint de komende jaren wil reduceren.
- De ANWB zal in 2010 een besluit nemen over het adopteren van een tweede MVO-speerpunt. Zoals het zich nu laat aanzien wordt dit waarschijnlijk 'papier' (reductie van verbruik door digitalisering en keuze voor een bepaalde minimum-standaard in relatie tot biodiversiteit en milieu). Waarschijnlijk zal eerst een verkenning plaatsvinden van de mogelijkheden en consequenties voordat tot vaststelling van concrete targets wordt overgegaan.

Taken en verantwoordelijkheden met betrekking tot milieu

Bij de ANWB is iedere medewerker in principe verantwoordelijk voor de milieuprestaties binnen zijn of haar taakveld. Zo is bijvoorbeeld iedere wegwacht verantwoordelijk voor de verantwoorde recycling

van verkeerd getankte brandstoffen. En iedere ANWB-manager is aan te spreken op het verbeteren van de milieuprestaties van zijn of haar afdeling of vestiging. Een aantal managers en medewerkers heeft een bijzondere taak. Zo is de manager Business Services eindverantwoordelijk voor het reduceren van de milieubelasting door gebouwen en apparatuur, en specifiek voor de reductie van de milieubelasting door bijvoorbeeld poolauto's die de ANWB in eigendom heeft. De manager Human Resource Management is verantwoordelijk voor het inbouwen van prikkels voor het reduceren van de milieubelasting in het woon-werkverkeer en voorziet daarin door middel van bijvoorbeeld een kilometerreductieplan. De ANWB-milieucoördinator is verantwoordelijk voor de monitoring van de milieuprestaties van de ANWB Groep en medeverantwoordelijk voor het vormgeven van het milieubeleid en het initiëren van verbeteringen. De MVO-manager is tot slot verantwoordelijk voor het stimuleren van collega's en voor de inhoudelijke component van de interne en externe communicatie over het MVO-beleid.

7.1 ENERGIE EN CO2

Het tegengaan van klimaatverandering is voor de ANWB een belangrijk thema. Volgens de huidige stand van de wetenschap is de kans groot dat emissies van broeikasgassen, zoals CO₂, leiden tot klimaatveranderingen die grote impact kunnen hebben op onszelf en anderen. Afgezien van de ellende die het kan veroorzaken in (laaggelegen) ontwikkelingslanden, heeft klimaatverandering in Nederland gevolgen voor neerslagpatronen, zeespiegelstijging en verzilting. Recreanten in Nederland hebben mede dankzij de warmere, drogere zomers vaker last van de eikenprocessierups en lopen grotere kans op de ziekte van Lyme. Populaire vakantiebestemmingen rond de Middellandse Zee krijgen naar verwachting in toenemende mate te maken met waterschaarste en bosbranden.

Bij mobiliteit, vakantie en recreatie ontstaan vandaag de dag grote hoeveelheden broeikasgas (CO₂). In veel gevallen komen daar ook fijnstof (PM₁₀), stikstofoxiden (NO_x) en andere 'luchtvervuiling' bij vrij. Hoewel luchtverontreiniging feitelijk een ander milieuprobleem is dan klimaatverandering, worden ze hieronder samengevoegd, omdat ze vaak tegelijkertijd ontstaan bij de verbranding van fossiele brandstoffen. De ANWB voelt zich in ieder geval mede verantwoordelijk voor het tegengaan van zowel de klimaatverandering als de luchtvervuiling en wil daarbij graag zelf het goede voorbeeld geven.

Aangezien de ANWB relevant wil zijn op het terrein van de mobiliteit, kent zij een aantal bedrijfs-onderdelen met een forse CO₂-footprint. Of het nu gaat om de bijna 1.000 Wegenwachtauto's die dagelijks onderweg zijn om leden bij pech te helpen, om de inzet van de traumahelikopters van Medical Air Assistance of om de repatriëringsvluchten in opdracht van de Alarmcentrale, CO₂-uitstoot is, gegeven de huidige stand van de techniek, onvermijdelijk. Waar mogelijk probeert de ANWB de milieubelasting uiteraard wel te voorkomen, haar activiteiten te vergroenen of uiteindelijk de uitstoot te compenseren.

Veel wetenschappers, overheden en (milieu)organisaties spreken de ANWB aan op de in hun ogen belangrijke rol die wij volgens hen zouden kunnen vervullen bij het bevorderen van duurzame mobiliteit. Men kent de ANWB grote invloed toe op haar achterban bij het vergroten van kennis over milieuzaken, het bevorderen van een positieve houding ten opzichte van voorstellen die het milieu ten goede komen en zelfs het bevorderen van gedragsverandering. Wij voelen ons hierdoor aangesproken, hoewel wij soms het gevoel hebben dat 'men' onze mogelijkheden en invloed overschat. Niettemin blijft 'klimaatverandering' voor ons ook in 2010 en waarschijnlijk daarna een belangrijk thema.

7.1.1. IN EIGEN HUIS

In haar eigen bedrijfsvoering probeert de ANWB waar mogelijk het energieverbruik te reduceren. Enerzijds om geld te besparen, anderzijds om de CO₂-voetafdruk van de ANWB Groep te verkleinen.

Op afzienbare termijn wil de ANWB Groep volledig klimaatneutraal werken. Doordat in de bedrijfsvoering van de ANWB in 2009, nog sterker dan in 2008, is gestuurd op reductie van (overhead)kosten, werden vooral MVO-verbeteringen zonder financiële consequenties doorgevoerd. Voor verbeteringen die extra geld kosten, was in 2009 helaas weinig ruimte. Een aantal initiatieven op een rij uit de eigen bedrijfsvoering:

Leaseautoregeling vergroend - In 2009 heeft de ANWB haar leaseautoregeling aangepast. De nieuwe regeling geeft voor het eerst een financiële prikkel aan de ongeveer 300 leaserijders bij de ANWB om te kiezen voor een energiezuinig model. Hoewel wij constateren dat een aantal werkgevers de keuzemogelijkheden inmiddels beperkt heeft tot energielabel A of B, is besloten dat ANWB-leaserijders vooralsnog ook voor een model met energielabel C mogen kiezen, echter daarbij wordt hun eigen bijdrage verdubbeld terwijl die bij energielabel A wordt afgeschaft. Wij denken dat de financiële prikkel ertoe zal leiden dat leaserijders zullen kiezen voor modellen met een lage CO₂-emissie.

Kilometerreductieplan - In 2009 namen 1.299 collega's deel aan het kilometerreductieplan. De ANWB zet dit sinds 1991 in om het gebruik van andere vervoermiddelen dan de auto te stimuleren. De woonwerkvergoeding voor wie met de auto naar zijn werk gaat, is bewust niet riant. Daarentegen worden openbaarvervoerabonnementen volledig vergoed en kunnen medewerkers onder voorwaarden een fiets

ter beschikking krijgen. Voor wie met collega's carpoolt zijn er gereserveerde plekken op het parkeerterrein bij het hoofdkantoor.

OV-abonnement	601
Fiets van de zaak	674
Carpool	24
Totaal deelnemers	1.299

Zuinige poolauto's - De doelstelling om de oude poolauto's te vervangen door schone en zuinige modellen is gerealiseerd. De ANWB beschikt sinds mei 2009 op het hoofdkantoor over tien hybride Toyota Priussen in plaats van vijftien dieselauto's (Volkswagen Golf en Polo) die daarvoor als poolauto werden gebruikt. Aanvullend heeft de ANWB op het hoofdkantoor vijf elektrische fietsen als poolfiets in gebruik genomen.

Energiebesparing ICT - Eveneens in 2009 is een verkenning gedaan naar de mogelijkheden om ICT-apparatuur en -architectuur te moderniseren. Hiervoor waren verschillende aanleidingen: de wens om te komen tot meer flexibiliteit voor werknemers om buiten de vaste (kantoor)werkplek te kunnen werken, het terugdringen van het stroomverbruik (met name op het hoofdkantoor), het verkleinen van de CO₂-voetafdruk en uiteraard de wens om geld te besparen. De verkenning wijst uit dat een besparing van tientallen procenten in het stroomverbruik voor ICT-apparatuur mogelijk is. In 2010 zal een besluit genomen worden over de mogelijk versnelde vervanging van apparatuur, wat zou moeten bijdragen aan verlaging van de CO₂-voetadruk vanaf 2011.

Dag van de Duurzaamheid - De ANWB heeft haar medewerkers voor en tijdens de Dag van de Duurzaamheid (9 september) en de Filevrije dag (8 oktober) geattendeerd op de mogelijkheden om de milieubelasting door werk-werkverkeer te beperken, onder andere door slim gebruik te maken van ICT of andere vervoermiddelen. Het succes van deze acties is niet gemeten, maar ze maken deel uit van een reeks activiteiten op dit vlak en dragen daardoor bij aan het beeld bij medewerkers dat de werkgever deze zaken belangrijk vindt.

7.1.2 CO₂-VOETAFDruk

Sinds 2007 laat de ANWB jaarlijks een CO₂-voetafdruk opmeten. Hieruit blijkt hoeveel uitstoot de verschillende bedrijfsactiviteiten veroorzaken en waar verbeteringen mogelijk zijn. In 2009 is er veel veranderd voor de CO₂-voetafdruk. Om een goede vergelijking te kunnen maken met 2008 moeten de eerder gerapporteerde kengetallen worden aangepast. Oorzaak zijn nieuwe inzichten in de verantwoordelijkheid van bedrijven en verschil in gebruikte methodieken. Met de voetafdruk over 2009 is de CO₂-uitstoot van 71% van de ANWB-locaties in beeld gebracht. Dit is samen 91% van de waarschijnlijke CO₂-uitstoot.

Het Green House Gas-protocol (GHG) heeft meer voet aan de grond gekregen en die methodiek bij het vaststellen van de kengetallen krijgt internationaal steeds meer navolging. Het grootste verschil met de methodiek die de ANWB heeft gebruikt voor de CO₂-voetafdruk van 2008 is dat de verantwoordelijkheid voor de CO₂-uitstoot breder is getrokken. Waar in 2008 gerapporteerd werd over de uitstoot 'achter de levering' wordt nu ook de uitstoot vóór de levering van bijvoorbeeld gas, elektra, benzine en diesel meegewogen. Hierdoor zijn de kengetallen voor de meeste posten net iets anders.

Hieronder kort de gevolgen voor de gerapporteerde posten:

Elektriciteit - De energiemix in Nederland is licht verschoven. De energie-opwekking is in 2009 ten opzichte van 2008 iets verbeterd waardoor de gerapporteerde hoeveelheid CO₂-uitstoot van 2008 (6.777 ton) met de nieuwe kengetallen en met gelijk blijvend verbruik in kWh, uitkomt op een CO₂-uitstoot van 6.037 ton. Om de hoeveelheid uitstoot van 2008 te kunnen vergelijken met de uitstoot van 2009 staan in de tabel hieronder de cijfers van 2008, gecorrigeerd naar de berekening zoals in 2009.

Brandstoffen - Een lichte verschuiving door bredere verantwoordelijkheid (2009 inclusief keten) heeft de CO₂-uitstoot voor 2008 van 1.717 ton met de nieuwe kengetallen doen verschuiven naar 1.740 ton.

Mobiele werktuigen - Hiervoor geldt hetzelfde als voor de brandstoffen. De verantwoordelijkheid van de uitstoot is door invloed van het GHG-protocol verschoven van Tank to Wheel (2008) naar Well to Wheel (2009).

Woon-werkverkeer - Hiervoor is de CO₂-uitstoot zoals gerapporteerd over 2008 met de nieuwe kengetallen aangepast van 3.673 ton naar 4.019 ton.

Zakelijk verkeer - Als grootste CO₂-post is hier de invloed van nieuwe kengetallen het grootst. Het gerapporteerde getal van 16.058 ton CO₂ is bijgesteld met gebruik van de nieuwe (Well to Wheel) kengetallen en bijgestelde verbruiken naar 19.327 ton CO₂.

Goederenvervoer - Het verschil in gebruikte kengetallen zit hier voornamelijk in beter transport/logistiek en de technische staat van het wagenpark. Met de nieuwe kengetallen komt de CO₂-uitstoot over 2008 uit op 311 ton in plaats van de gerapporteerde 521 ton.

	2008 (oud)	2008 (nieuw)	2009
Elektriciteit	6.777	6.037	5.825 (- 212)
Brandstoffen	1.717	1.740	1.898 (+ 158)
Mobiele werktuigen	74	88	73 (- 15)
Woon-werkverkeer	3.673	4.019	4.019
Zakelijk verkeer	16.058	19.327	19.477 (+ 150)
Goederenvervoer	521	311	320 (+ 9)
Papier	0	78	83 (+ 5)
Totaal	28.820	31.600	31.695 (+ 95)

Tabel CO₂-uitstoot 2009 ten opzichte van 2008 (in tonnen)

De samenstelling van het zakelijk verkeer is als volgt:

Wegenwacht	44,1% (29,9% van de totale CO ₂ -uitstoot ANWB)
Logicx bergingen	36,5% (24,7% van de totale CO ₂ -uitstoot ANWB)
Medical Air Assistance	10,0% (6,8% van de totale CO ₂ -uitstoot ANWB)
Overig zakelijk verkeer	9,4% (6,4% van de totale CO ₂ -uitstoot ANWB)

Tabel samenstelling zakelijk verkeer

Conclusies

De totale CO₂-uitstoot van de ANWB groeide tussen 2008 en 2009 met 95 ton. Deze toename is voor een belangrijk deel toe te schrijven aan verbeterd inzicht in het gasverbruik van de gebouwde omgeving en in een toename van het zakelijk verkeer. Ook het verbeteren van de registratie en de veranderingen in het GHG-protocol leiden tot een (bescheiden) toename van de CO₂-footprint. Nieuw in de rapportage over 2009 is 83 ton CO₂-uitstoot door het gebruik van kantoorpapier; het getal voor 2008 is een schatting.

Hoewel de activiteiten en omzet van de ANWB in 2008 en 2009 bijna identiek waren, is het verbruik van elektriciteit gedaald, ondanks het meetellen van het verbruik van dochter Unigarant (in tegenstelling tot in 2008). Het lijkt er op dat de ANWB in 2009 zuiniger met stroom is omgegaan.

De Wegenwacht tankte 50.398 liter minder brandstof dan in 2008, wat de CO₂-uitstoot met 115 ton CO₂ heeft doen afnemen. Logicx tankte 60.578 liter minder diesel voor de bergingsvoertuigen. Dit betekent 193 ton minder CO₂-uitstoot. Medical Air Assistance heeft 60.828 liter meer kerosine gebruikt in 2009 ten opzichte van 2008 voor het gebruik van de traumahelikopters. Dit komt neer op 284 ton meer CO₂-uitstoot. Mogelijk is er een verband tussen de daling in brandstofverbruik en CO₂-emissies bij de drie genoemde ANWB-onderdelen en een daling van het aantal reizigerskilometers in 2009 ten opzichte van 2008 als gevolg van de economische crisis.

Het overige zakelijke verkeer van de ANWB (vliegreizen, leaseauto's et cetera) groeide omgerekend met 126 ton CO₂. Bij de andere posten de CO₂-footprint is geen duidelijke ontwikkeling merkbaar. Aan bovenstaande cijfers kunnen (nog) geen harde conclusies worden verbonden. Het verklaren van de

verschillen met 2008 uit de economische omstandigheden of lokale/regionale/nationale ontwikkelingen is niet aan de orde.

Klimaatcompensatie

Van de totale 'bruto' CO₂-uitstoot in 2009 is 8.746 ton (27,5 %) klimaatneutraal gemaakt, waarvan 5.396 ton door gebruik te maken van groene stroom en 3.352 ton door CO₂-credits te kopen van de Climate Neutral Group. De 'netto' voetafdruk van de ANWB bedraagt dus 22.949 ton CO₂. De volgende onderdelen zijn klimaatneutraal gemaakt:

- Het verbruik van elektriciteit in de bedrijfsgebouwen (5.825 ton)
- Het verbruik van gas voor de verwarming van bedrijfsgebouwen (1.898 ton)
- Alle Wegenwachtinzetten ten behoeve van zakelijke klanten (590 ton)
- Alle vliegreizen van medewerkers, voor zover geboekt via het interne reisbureau (250 ton)
- De hele bedrijfsvoering van het ANWB Test- en Trainingscentrum (112 ton)

Daarnaast hebben klanten van ANWB-touroperator SNP Reizen in 2009 in totaal 1.153 ton CO₂ van hun vliegreizen gecompenseerd via het GreenSeat-programma. Uiteraard goed voor het klimaat, maar wat betreft dit jaarverslag buiten de scope van de ANWB-bedrijfsvoering.

De resterende CO₂-emissies worden voor een steeds groter deel gecompenseerd door via de Climate Neutral Group geld te investeren in duurzame energieprojecten in derdewereldlanden. In 2008 was ongeveer 25% van ons directe energieverbruik gecompenseerd, in 2009 zo'n 27,5%.

Doelstellingen voor 2010 met betrekking tot energie en CO₂ 'in eigen huis'

- De ANWB wil haar (bruto) CO₂-voetafdruk over 2010 met 3% verlagen ten opzichte van 2009.
- De ANWB wil haar 'netto' CO₂-voetafdruk (dus na verrekening van klimaatcompensatie) in 2010 terugbrengen tot maximaal 21.000 ton, dus ongeveer 2.000 ton minder dan in 2009.
- De ANWB zal in 2010 de mogelijkheden verkennen om bij vervanging van servers, laptops, docking stations et cetera te kiezen voor 'groene ICT', oftewel energiezuinige apparatuur.
- De ANWB zal in 2010 de mogelijkheden verkennen om een deel van haar eigen energieverbruik zelf te gaan opwekken met duurzame bronnen, zoals zonnepanelen of windmolens.
- De ANWB zal in 2010 een workshop over energiebesparing organiseren voor relevante managers en medewerkers om hen te stimuleren meer besparingen te realiseren.
- De ANWB zal het beheer van gegevens met betrekking tot het verbruik van gas, stroom en brandstof verder automatiseren, zodat begin 2011 snel een betrouwbare opgave gedaan kan worden van de totale CO₂-footprint.
- De ANWB zal in 2010 een proef doen met het uitlenen van elektrische scooters aan een aantal medewerkers om ervaringen op te doen over de toepasbaarheid van deze scooters in het woon-werkverkeer.
- De ANWB wil vanaf 2010 bij de aanschaf van nieuwe voertuigen zoveel mogelijk kiezen voor de meest zuinige modellen die voldoen aan de operationele eisen van de betreffende afdeling. Zo lang nog niet alle voertuigen van de ANWB elektrisch aangedreven zijn, zal fossiele brandstof nodig blijven.

7.1.3 VOOR DE LEDEN

Mobiliteit en vrije tijd, de gebieden waarin de ANWB hoofdzakelijk actief is, zijn mede veroorzaker van een aantal serieuze milieuproblemen, zoals klimaatverandering, gezondheidsklachten door slechte luchtkwaliteit, geluidhinder, landschapsaantasting en ruimtebeslag door vervoermiddelen. Omdat we dat tot onze verantwoordelijkheid rekenen, willen we onze leden en klanten graag op een praktische, niet-belerende manier helpen bij het maken van keuzes die hun eigen milieu-impact kunnen verkleinen. Enerzijds door op allerlei manieren (gratis) betrouwbare informatie te verstrekken, anderzijds door producten of diensten die goed of beter zijn voor het milieu aan te bieden tegen een aantrekkelijke prijs-kwaliteitverhouding. Deze praktische hulp versterkt de band tussen de ANWB en de leden of klanten die hier behoefte aan hebben en draagt ook bij aan het gevoel van inspiratie bij de medewerkers. Ook aan de profit-kant zien wij kansen: aandacht voor milieuaspecten van mobiliteit en vrijetijdsbesteding biedt ons inziens kansen om onze omzet en ons rendement op een gezond peil te houden, zodat wij nog vele jaren onze leden, klanten en andere Nederlanders van dienst kunnen zijn.

Initiatieven die een bijdrage leveren aan het tegengaan van klimaatverandering en het verbeteren van de lokale luchtkwaliteit zijn:

Wandelen en fietsen - In november 2009 heeft de ANWB haar routeplanner (www.anwb.nl/verkeer) uitgebreid met de opties 'fietsen' en 'wandelen'. Hierdoor kunnen leden en andere bezoekers van de site eenvoudig zien hoe ze het best van A naar B kunnen fietsen of lopen, hoeveel tijd dit naar schatting in beslag neemt en dus of het in specifieke situaties een interessante (tijdsefficiënte) keuze is. In 2009 stelde de bondsraad ook het nieuwe ANWB-fietsbeleid vast. Dit biedt voor de komende jaren een basis om nieuwe activiteiten op dit vlak te ontwikkelen en bestaande activiteiten te intensiveren. Eind 2009 heeft de ANWB haar steun verleend aan de lancering van de campagne 'Heel Nederland Fietst'. In hetzelfde licht heeft de ANWB in 2009 meegedacht met de NS over het verbeteren van de huurvoorwaarden voor de OV-fiets. ANWB-leden hebben tijdelijk korting gekregen op de huur van een fiets.

Zuinig rijden - Ook in 2009 is de ANWB partner geweest in de campagne 'Het Nieuwe Rijden'. Om onze leden te stimuleren met de juiste bandenspanning te rijden (wat tot 10% brandstof kan besparen) heeft de ANWB haar leden in het voorjaar een digitale bandenspanningsmeter te koop aangeboden voor slechts 2 euro (winkelprijs 7,95). In vijf weken tijd zijn 150.000 exemplaren verkocht. Als 30.000 kopers de meter consequent (maandelijks) gebruiken, zou dit tot een jaarlijkse besparing leiden van 9.000 ton CO₂ (ervan uitgaande dat men gemiddeld 15.000 km/jaar rijdt en daarbij 3 ton CO₂ veroorzaakt).

Publicatie van de TOP10's Zuinige auto's - De ANWB heeft in samenwerking met de Stichting Natuur en Milieu in 2009 wederom vier maal Top 10's van zuinige auto's uitgebracht. Sinds 2006 is de gemiddelde CO₂-uitstoot van de auto's in de ranglijsten met gemiddeld 17% gedaald, oftewel ruim 5% per jaar. De totale CO₂-emissie van het personenverkeer lijkt mede als gevolg van deze ontwikkeling niet meer te stijgen; naar verwachting zal binnen enkele jaren zelfs een daling inzetten. De ANWB probeert met haar informatievoorziening via anwb.nl en via top10.hier.nu de leden te helpen bij hun keuze voor een zuinigere auto's. Door in de TOP10's Zuinige dieselauto's alleen modellen op te nemen die voldoen aan de nieuwe Euro5-richtlijn, levert de ANWB ook een bijdrage aan het tegengaan van fijnstofemissies.

Publicatie bandentesten - In hetzelfde kader zijn, in samenwerking met de zusterclubs ADAC en ÖAMTC, een groot aantal zomer- en winterbanden getest. In de communicatie van beide testen spelen de prestaties met betrekking tot veiligheid de hoofdrol, zeker bij winterbanden, maar is ook aandacht besteed aan het element brandstofverbruik. De ANWB heeft in 2009 bewust niet meegedaan aan de campagne 'De Nieuwe Band', omdat wij menen dat de remprestaties en dus de bijdrage aan de verkeersveiligheid van inzittenden en andere weggebruikers onvoldoende wordt meegewogen.

Stimulering aanschaf retrofit roetfilter - Samen met importeur PON is een actie opgezet om ANWB-leden met een Volkswagen, Audi, Seat of Skoda de mogelijkheid te bieden voor hooguit 100 euro een retrofit roetfilter op hun (oudere) dieselauto te laten installeren.

Filevrije dag - Samen met de partners in Nederland Bereikbaar (NS, Rabobank, KPN en OV9292), organiseerde de ANWB op 8 oktober 2009 voor de tweede maal de Nationale Filevrije dag. Dit jaar lag de nadruk op de regio Utrecht. Tienduizenden forensen en passanten zijn oproepen om op de Filevrije dag te kiezen voor een van de aanbevolen vervoersopties anders dan de auto. Helaas leidde de actie niet tot minder files dan op een vergelijkbare donderdag in de herfst. Regenachtig weer en een gekantelde vrachtwagen leidden tot lange en langdurige files. Niettemin denken wij dat de Filevrije dag, in combinatie met andere ANWB-pleidooien voor 'het nieuwe werken' en 'het nieuwe reizen' op termijn helpt om werkgevers, werknemers en anderen bewuster te laten omgaan met de vraag of, wanneer en hoe ze zich willen verplaatsen.

Klimaatcompensatie - De ANWB realiseert zich dat de verkoop van producten en diensten ook milieugevolgen kan hebben, zij het dat deze niet direct door leden en andere klanten worden veroorzaakt. De afdeling Zakelijke Markt maakt de Wegenwachtinzet voor haar klanten sinds 2008 klimaatneutraal. Ook het ANWB Test- en Trainingscentrum heeft haar activiteiten sinds 2008 klimaatneutraal gemaakt. De ANWB heeft in 2009 voor het eerst de CO₂-uitstoot veroorzaakt door de vliegreizen van haar medewerkers gecompenseerd.

Doelstellingen voor 2010 in relatie tot klimaatverandering en luchtvervuiling

- De ANWB-touroperators zullen begin 2010 hun klanten bij boeking de optie voorleggen om hun auto-, camper- of vliegticket klimaatneutraal te maken. Later in het jaar zal de ANWB een module op haar website plaatsen waarmee leden eenvoudig hun reis of jaarlijkse kilometrage via de ANWB klimaatneutraal kunnen maken.
- Eind 2010 zal de ANWB het gedeelte Auto(mobiliteit) van haar website vernieuwen. Hierbij zal een module worden geïntroduceerd die bezoekers helpt om eenvoudig te komen tot een keuze die het best bij hun persoonlijke situatie past en die relatief schoon en zuinig is. Deze module wordt samen met Milieu Centraal ontwikkeld, met subsidie van SenterNovem.
- De ANWB zal eind 2010 in het kader van de 'Filevrije dag' een nieuwe dienst introduceren die particulieren en bedrijven helpt om 'Filevrij gedrag' te vertonen.
- De ANWB verkent in 2010 de mogelijkheden om haar zakelijke dienstverlening aan bedrijven in de sfeer van mobiliteitsmanagement uit te breiden. Dit zou niet alleen een bijdrage moeten leveren aan de omzet en het rendement van de ANWB Groep ('profit'), maar ook aan het reduceren van de emissies van het personenverkeer en goederenvervoer ('planet').

7.1.4 DE ANWB EN DE MAATSCHAPPIJ

Vanuit haar maatschappelijke rol heeft de ANWB al sinds jaar en dag zitting in talloze platforms op mobiliteitsgebied, ook in het licht van verkeersveiligheid. Namens de leden probeert de ANWB ook haar stem te laten gelden in politieke discussies.

Kilometerprijs

Meest in het oog springend was natuurlijk de bemoeienis van de ANWB met het wetsvoorstel voor de Kilometerprijs. Onderzoek heeft uitgewezen dat de invoering van een kilometerprijs kan leiden tot een daling van 10% van de CO₂-emissies van het wegverkeer. Dit maakt de kilometerprijs in potentie tot één van de meest effectieve maatregelen om de CO₂-emissies terug te dringen, naast het aanscherpen van de regelgeving voor de uitstoot van nieuwe auto's. Mede vanwege het verwachte milieuvoordeel heeft de ANWB in 2009 constructief meegewerkt aan de voorbereiding van het wetsvoorstel, maar realiseert zich daarbij dat haar opstelling doorslaggevend kan zijn bij acceptatie van het kabinetsvoorstel door het parlement.

Bij het bepalen van haar positie geeft de ANWB zich uiteraard goed rekenschap van de wensen van haar leden. Hoewel een minderheid van de leden de fileproblematiek en slechte bereikbaarheid als persoonlijk probleem ervaren, is een meerderheid van mening dat het hierbij wel om een groot maatschappelijk probleem gaat dat aanzienlijk verminderd en liefst helemaal opgelost zou moeten worden. Ook zou men graag zien dat de luchtkwaliteit verbetert en de klimaatverandering wordt tegengegaan. Tegelijk wil men als automobilist niet meer gaan betalen en ervaart men een hoger tarief in de spits zonder goede alternatieven niet eerlijk. Om tot een oplossing te komen die gedragen wordt door de meerderheid van de ANWB-leden, werkt de ANWB twee kanten op. Enerzijds brengt de ANWB de wensen van de leden onder de aandacht bij beleidsmakers, anderzijds informeert de ANWB haar leden over de mogelijke voor- en nadelen van de voorstellen van de overheid.

Doelstelling 2010

Begin 2010 zal de ANWB een ledenpeiling houden om te inventariseren hoe men tegen de belangrijkste aspecten van het wetsvoorstel aankijkt, welke argumenten men daarbij hanteert en hoe men de argumenten tegen elkaar afweegt. De ANWB zal haar analyse van de uitkomsten delen met de Tweede Kamer en het kabinet ten behoeve van een zinvolle discussie in het parlement, naar verwachting in april 2010.

Ook tientallen kleinere onderwerpen stonden in 2009 op de agenda. Zo werd bijvoorbeeld samen met de BOVAG geageerd tegen het voornemen van het kabinet om de bedrijfsfietsenregeling nadelig te veranderen. Mede als gevolg van deze lobby heeft de staatssecretaris toegezegd om werkgevers tot 2013 de keuze te bieden tussen een bedrijfsfietsenregeling en de nieuwe werkkostenregeling. Ook is bestuurlijk en financieel bijgedragen aan het samenwerkingsverband Nederland Bereikbaar, omdat de ANWB ervan overtuigd is dat veel werkgevers en werknemers nog niet alle mogelijkheden benutten die er zijn om negatieve milieueffecten door woon-werkverkeer en werk-werkverkeer te beperken. Ook heeft de ANWB advies geleverd aan de Taskforce Mobiliteitsmanagement. Eveneens in het kader van

'het nieuwe reizen' probeert de ANWB, samen met organisaties als de Consumentenbond, ROVER en de Ouderenbond, bij te dragen aan een verbetering van het openbaar vervoer. In 2009 heeft dit er onder andere toe geleid dat de overheid, vervoerders en andere betrokkenen goede afspraken hebben gemaakt over de verdere introductie van de OV-chipkaart. In Rotterdam en Amsterdam heeft de ANWB de pilots met de introductie van de OV-chipkaart bij het GVB en de RET op enige afstand gevolgd.

Samen met enkele tientallen leden heeft de ANWB in 2009 nagedacht over de eisen waaraan elektrische voertuigen, oplaadinfrastructuur en betalingssystemen dienen te voldoen, onder andere door het organiseren van een werkbezoek aan de AutoRAI. Om de uitwisseling van ideeën en kennis over elektrisch rijden te bevorderen heeft de ANWB de TU Delft financieel gesteund bij het oprichten van het platform 'Dutch-Insert'.

Om ook in EU-verband haar stem te laten horen, onderhoudt de ANWB contacten in Brussel, maar laat zich vooral ook vertegenwoordigen door de koepelorganisatie FIA (Mobility). 'Region 1' van FIA, waartoe Nederland behoort, heeft een eigen kantoor in Brussel. De opstelling van de FIA is sterk afhankelijk van de opstelling van de lidorganisaties, zoals de ANWB, maar ook van de opstelling van het hoofdkantoor in Parijs en de opvattingen van de voorzitter. In 2009 heeft de verkiezing van een nieuwe voorzitter plaatsgevonden. Mede vanwege de uitgesproken ambities van Ari Vattanen op het gebied van verkeersveiligheid en milieu heeft de ANWB deze kandidaat actief gesteund. Dit heeft helaas niet geleid tot diens verkiezing. Inmiddels vinden constructieve gesprekken plaats met de nieuw verkozen eerste man, Jean Todt.

Meer over de belangenbehartigingsactiviteiten van de ANWB is te lezen in het jaarverslag van de Vereniging.

7.2 VERBRUIK GRONDSTOFFEN, RECYCLING en AFVAL

7.2.1 IN EIGEN HUIS

Op het vlak van grondstoffenverbruik heeft de ANWB in 2009 het papierverbruik verder teruggedrongen. Het aandeel dubbelzijdig printen is gegroeid. Op de centrale, multifunctionele printers wordt inmiddels 90% dubbelzijdig afgedrukt, de repro afdeling zit op 60%. Al het printerpapier en de enveloppen hebben het FSC-keurmerk.

TABELLEN AFVALREDUCTIE

Er is bij de ANWB in totaal 16,3% minder afval ingezameld in 2009 ten opzichte van 2008. In dat jaar zorgde de opruiming bij Technisch Beheer en het archief voor een extra en bovendien grotendeels gescheiden afvalstroom. Doordat die er in 2009 niet was, valt ook het scheidingspercentage lager uit met 62% in 2009 tegenover 69% in 2008. In verhouding is de (niet gescheiden) stroom restafval nu groter, onder andere omdat de stroom (gescheiden) papier/karton al met ruim 31.000 kilo is gedaald.

Afvalstromen hoofdkantoor

	kg (2008)	€ (2008)	kg (2009)	€ (2009)
Gevaarlijk afval	1.715	1.961	1.021	768
Papier / karton	152.430	-5.467	121.120	-650
Kunststoffen	621	150	612	150
Glas	1.820	271	875	540
Organisch afval	20.788	2.009	21.456	3.212
Metaal	6.160	688	2.640	220
Computers etc.	418	757	708	370
Restafval	84.550	16.080	98.975	20.365
Totaal	269.506	16.449	247.407	24.976

In 2009 is er 22.099 kg (8,2%) minder afval van het hoofdkantoor afgevoerd. De kosten zijn echter gestegen van € 16.449 (gerapporteerd in 2008; de werkelijke kosten zijn na publicatie van het jaarverslag naar boven bijgesteld tot € 21.035) naar € 24.976 in 2009. De oorzaak ligt erin dat er minder papier/karton en metaal is afgevoerd, terwijl juist deze twee stromen geld opleveren bij inzameling.

Organisch afval hoofdkantoor

De afvalstroom met organisch afval bestaat uit etensresten van de bedrijfsrestaurants, slib uit de olie/vetafscheider, maar bovenal koffiedrab. In 2009 werd, evenals eerdere jaren, 17.000 kg afgevoerd.

Afval Wegenwachtstations

	kg (2008)	kg (2009)
Gevaarlijk afval	958.342	1.127.831
Papier	29.485	28.390
Bedrijfsafval	140.767	138.942
Totaal	1.128.594	1.295.163

Verkeerd getankte brandstof

De afvoer van verkeerd getankte brandstoffen liet in 2009 opnieuw een stijging zien. Werd in 2008 772.000 liter ingezameld, in 2009 ging het om 818.000 liter.

Afval ANWB-winkels

kg (2008)	kg (2009)
196.123	188.602

Papier op het hoofdkantoor

	kg (2008)	kg (2009)
Bont papier	71.975	73.045
Wit papier	18.525	14.530
Archiefpapier	37.245	11.415
Karton	24.685	22.130
Totaal	152.430	121.120

In totaal is er 31.310 kg (21%) minder papierafval afgevoerd in 2009. Het hele jaar is dubbelzijdig geprint en gekopieerd en er is veel minder archiefpapier (- 69%) afgevoerd dan in 2008 toen er een grote opschoning van het archief werd gehouden.

Doelstellingen m.b.t. papierverbruik in 2010 'in eigen huis'

- De ANWB zal in 2010 verder gaan met het digitaliseren van informatiestromen binnen de organisatie, enerzijds om het papierverbruik en de daarmee samenhangende kosten te reduceren, anderzijds om meer mogelijkheden te bieden aan werknemers voor thuis- en telewerken. Overigens leidt digitale opslag en verzending van informatie wel tot een hoger energieverbruik van computers en servers en met de huidige brandstofmix ook tot een vergroting van de CO2-voetafdruk. Bij beslissingen over digitalisering zullen de consequenties voor de CO2-voetafdruk daarom in toenemende mate een rol spelen.
- De ANWB zal in 2010 een verkenning doen naar de mogelijkheden om minimeisen te stellen aan de productiewijze van het papier dat door de ANWB gebruikt wordt.

7.2.3 VOOR DE LEDEN

In de communicatie naar de leden wordt uitdrukkelijk rekening gehouden met de mogelijkheden tot vermindering van het papierverbruik. Zo is in 2009 besloten de verschijningsfrequentie van de Kampioen te verlagen van 11 naar 10 keer per jaar. Tevens is het gewicht iets gereduceerd. Hiermee is minimaal 350.000 kilo papier bespaard plus een forse hoeveelheid CO2 bij de bezorging. Ook is de gratis krant ANWB Onderweg (voorheen anwb*auto) teruggebracht naar een maandelijkse verschijning in plaats van wekelijks. Weliswaar in een hogere oplage van 600.000 stuks (thuisbezorgd bij mensen die hebben aangegeven hier prijs op te stellen) tegenover 350.000 stuks wekelijks (via displays bij tankstations en dergelijke), maar dit bespaart toch 43% op het papierverbruik. In 2010 verschijnt de eerste (digitale) i-kampioen. In de loop van het jaar worden de (statutaire) mogelijkheden onderzocht om leden die geen prijs stellen op toezending van de 'papieren Kampioen', de mogelijkheid te bieden voortaan alleen de i-kampioen te ontvangen. De scheurkalender (officieel Ledenwijzer Duurzaamheid) van eind 2008 heeft geen vervolg gekregen. Wel is eind 2009 een weekplanner voor 2010 verspreid onder de leden. Inhoudelijk attendeert deze de gebruiker op aanbiedingen en leuke uitstapjes, maar geeft ook tips waarmee men de eigen milieubelasting kan verkleinen. In dat opzicht is de weekplanner dus een vervanger van de scheurkalender.

7.2.4 DE ANWB EN DE MAATSCHAPPIJ

Ook in 2009 heeft de ANWB activiteiten ondernomen om de hoeveelheid zwerfafval terug te dringen. De ANWB ondersteunde in het voorjaar de Zwerfafvalopruimdag. Via de stichting FEEN steunt de ANWB de toekenning van Blauwe Vlaggen, wat beheerders van stranden en jachthavens een prikkel geeft zich extra in te spannen voor het voorkomen en opruimen van zwerfafval.

8. PROFIT

Alles over het financieel resultaat van de ANWB in 2009 is te lezen in het reguliere jaarverslag.

De Koninklijke Nederlandse Toeristen Bond ANWB heeft geen winstdoelstelling. De ANWB BV en onze dochterbedrijven werken wel op commerciële basis met de opdracht een bescheiden rendement te realiseren, maar deze 'winst' komt ten goede aan het ontwikkelen van nieuwe producten en diensten ten behoeve van de leden. De ANWB als geheel maakt netto geen winst.

Financiële resultaten

Voor de ANWB was 2009 een cruciaal jaar, waarin het verlies over 2008 tegen de achtergrond van een recessie moest worden omgebogen naar een positief resultaat. Die uitdaging was niet gering: de gewenste resultaatsverbetering was aanzienlijk en zou niet door omzetgroei kunnen worden gerealiseerd. Om de doelstelling voor 2009 toch te halen werden tijdig adequate maatregelen genomen, waarbij de nadruk lag op margesturing en kostenreducties. Middels efficiencyverbeteringen in de operatie, overheadreducties, inkoopbesparingen en vermindering van de projectuitgaven werden de kosten naar beneden gebracht. Ook werd actief gestuurd op een verbetering van de kasstroom.

Deze aanpak is effectief gebleken: het bedrijfsresultaat steeg van 11 miljoen euro negatief naar 4 miljoen euro positief. Daarmee is een eerste belangrijke stap gezet in de richting van de rendementsdoelstelling voor 2011. Ook de omzet van de ANWB liet ondanks de recessie opnieuw een lichte stijging zien van 1% en kwam daarmee uit op 1.054 miljoen euro. Dit is te danken aan de omzetsijgingen bij de verzekerings- en winkelactiviteiten, waarmee de dalende omzet bij de reisdochters kon worden gecompenseerd.

Iets minder dan 5% van de netto-omzet van de ANWB (47 miljoen euro) bestaat uit contributies. Ruim 95% van de netto-omzet houdt verband met de verkoop van producten en diensten. Meer dan 60% van de omzet komt voor rekening van verzekeringen en hulpverlening.

Netto-omzet

(bedragen in duizenden euro's)	2008	2009
Contributies	51.167	47.271
Hulpverlening	267.791	284.172
Verzekeringen	336.393	353.674
Reizen	185.934	174.486
Special Products, ANWB Media, overige	202.119	194.285
	1.043.404	1.053.888
Wijzigingen in voorraden onderhanden werk	1.160-	1.928
	1.042.244	1.055.816

Personeelskosten

(bedragen in duizenden euro's)	2008	2009
Lonen/salarissen	176.938	191.964
Sociale lasten	21.360	24.356
Pensioenen en andere personeelsbeloningen	17.576	28.191
	215.874	244.511
Dotatie/(vrijval) reorganisatievoorziening	6.134-	6.016
	209.740	250.527

Overige bedrijfslasten

(bedragen in duizenden euro's)	2008	2009
Inleen personeel van derden	64.416	38.520
Huisvestingskosten	19.729	19.865
Automatiseringskosten	23.125	23.279
Promotie- en communicatiekosten	49.078	37.122
Administratiekosten, incl. porti en vrachtkosten	20.824	17.115
Niet aftrekbare omzetbelasting	17.407	13.160
Consultancykosten	11.309	7.875
Diversen	44.633	41.218
	250.521	198.154

Beleggingen en vermogen

De malaise op de financiële markten aan het eind van 2008 en het begin van 2009 maakte in de loop van het jaar plaats voor een voorzichtig herstel. De beleggingen van de ANWB profiteerden van de stijgende beurskoersen. Het jaar kon worden afgesloten met een positief financieel resultaat van 35,1 miljoen euro.

De gezonde vermogenspositie van de ANWB werd door de resultaten over 2009 verder versterkt. Ook de vermogenspositie van onze verzekeringsondernemingen is zeer gezond en voldoet ruimschoots aan de vereisten die De Nederlandse Bank daaraan stelt.

Vermogen

In eerdere jaren is een gedeelte van het vermogen van ANWB BV afgesplitst naar ANWB Beleggingen BV. Jaarlijks wordt zonodig een gedeelte van het vermogen van ANWB Beleggingen BV teruggestort naar ANWB BV dan wel wordt zonodig een aanvullende storting vanuit ANWB BV aan ANWB Beleggingen BV gedaan, overeenkomstig de afspraken ter zake met de belastingdienst.

Organisatie Financiële Zaken

Evenals in voorgaande jaren heeft de organisatie veel geïnvesteerd in de verbetering van financiële processen en systemen. Zo is door het management met veel energie en toewijding gewerkt aan de meerjaren-strategie van de diverse bedrijfsonderdelen van de ANWB en het formuleren van de doelstellingen voor de korte, middellange en lange termijn.

Het inzicht in productrendementen is door aanpassingen in de administratieve systemen aanmerkelijk verbeterd. Hierdoor is het mogelijk om nog scherper op rendement te sturen, wat de bedrijfsresultaten de komende jaren naar een structureel hoger niveau zal trekken. De financiële processen zullen integraal worden onderzocht en, waar mogelijk, efficiënter en effectiever worden gemaakt.

Maatschappelijk rendement

Daarnaast kent de ANWB Visie 2011 als doelen dat de ANWB relevanter moet worden voor de leden en voor de samenleving en dat medewerkers zich (nog) meer geïnspireerd zouden moeten voelen om zich voor de ANWB(-leden) in te zetten. In dit licht is de ANWB in 2009 een interne verkenning gestart hoe deze niet-financiële doelen vanaf 2011 bevorderd kunnen worden door als ANWB een maatschappelijk thema te adopteren en eventuele problemen rond dit thema te verminderen door het inzetten van menskracht (medewerkers, leden), mediaruimte, geld en andere middelen zoals expertise, organisatietalent, voertuigen, vergaderruimte et cetera. Inmiddels is besloten te zoeken naar een thema binnen Nederland op het vlak van vrijetijdsbesteding. De verkenning zal in 2010 worden afgerond.

Doelstellingen voor 2010 met betrekking tot omzet en rendement

- De ANWB streeft ernaar de omzet minimaal gelijk te houden, ondanks een economisch klimaat dat door onzekerheden wordt gekenmerkt.
- De ANWB wil in 2010 haar rendement verder verbeteren door nadruk te leggen op efficiency en kostenbeheersing, waarbij wij de samenwerking met onze partners en zusterclubs nadrukkelijk zullen zoeken.
- De ANWB wil haar bedrijfsresultaat minimaal op het niveau van 2009 houden en zal sturen op een lichte verbetering.

- De ANWB zal de bezuinigingsplannen van de overheid nauwlettend volgen en waar mogelijk hierop anticiperen, bijvoorbeeld door het uitbreiden van bestaande diensten en het ontwikkelen van nieuwe waar de overheid 'leemtes' laat ontstaan.

Doelstellingen voor 2011 met betrekking tot omzet en rendement

- In 2011 moet het rendement positief zijn en groeien naar 5% van de omzet.
- In 2011 zijn de overheadkosten gedaald naar maximaal 15%.
- In 2011 heeft de ANWB een efficiënte, effectieve en resultaatgerichte projectorganisatie waarin meer projecten binnen de planning zijn afgerond; alle projecten blijven in 2011 binnen de financiële planning.

VERANTWOORDING

Dit verslag bevat informatie over alle onderwerpen die naar aard en materialiteit relevant zijn voor de ANWB en de sectoren waarin wij opereren, met aandacht voor actuele relevante maatschappelijke vraagstukken. Wij hebben gestreefd naar een hoge informatiedichtheid. Wij hebben geprobeerd dit verslag zo relevant mogelijk te maken door ons te beperken tot een aantal voor de doelgroep relevante onderwerpen waar wij veel zeggenschap over hebben. Wij zijn al met al van mening dat we in dit verslag voldoende informatie geven die nodig is voor een goede beeldvorming, waarbij we, ook in het belang van onze leden, getracht hebben de kosten beperkt te houden.

Wij zijn van mening dat we in dit verslag evenwichtig informatie geven over zowel de positieve als negatieve gebeurtenissen. De informatie in het verslag is voor zover wij kunnen nagaan vrij van wezenlijke onjuistheden en wordt volgens ons in de juiste context gepresenteerd. Het beeld dat geschetst wordt in dit verslag is representatief voor de werkelijke situatie in het bedrijf. De indicatoren aan de hand waarvan gerapporteerd wordt over bepaalde onderwerpen geven een duidelijk beeld van de werkelijkheid. Voor zover bekend worden onzekerheden in de informatie vermeld, zodat informatie niet te rooskleurig wordt weergegeven.

Verklaringen van deskundigen

De ANWB wil in haar Maatschappelijk Jaarverslag 2010 verklaringen opnemen van een aantal deskundigen over de behaalde resultaten van de onderneming op het gebied van mens, milieu en samenleving. Dit Maatschappelijk Jaarverslag 2009 bevat dergelijke verklaringen nog niet.

Verificatie

De ANWB heeft dit Maatschappelijk Jaarverslag 2009 (nog) niet laten verifiëren door een onafhankelijke, deskundige partij. Naar onze mening was het beheer van de 'MVO-data' eind 2009 nog niet op voldoende niveau om verificatie zinvol te doen zijn. Wel hebben wij ons laten informeren over de mogelijkheden en consequenties van verificatie. Dit heeft er mede toe geleid dat een aanzet is gemaakt met het verbeteren van het beheer van MVO-data.

Doelstelling 2010

De ANWB wil de inhoud van haar Maatschappelijk Jaarverslag 2010 laten verifiëren door een onafhankelijke, deskundige partij en het publieke oordeel over de betrouwbaarheid opnemen in het verslag.

BEGRIPPENLIJST

ACTA	pechhulp in Frankrijk
ALC	ANWB Alarmcentrale
ARC	ARC Transistance SA (20% ANWB)
ARO	ANWB Rijopleidingen
ATT	ANWB Test- en Trainingscentrum
BSCI	Business Social Compliance Initiative (Telstar deelnemer)
CNG	Climate Neutral Group, Klimaatneutraal Groep (partner klimaatcompensatie)
COSO-ERM	model voor risicomanagementsysteem
DTO	Duurzaam Toeristisch Ondernemen (ANVR-programma voor touroperators)
FIA	Federation International d'Automobile
FSC	Forest Stewardship Counsel
GHG	Green House Gas
GMA	Global Mobility Alliance
GRI	Global Reporting Initiative
GRR	Global Response Roundtable Conference
IBN	Stichting Inkoopbeheer Nederland (ANWB oprichter; bewegwijzering)
IDH	Initiatief Duurzame Handel (FOX en SNP deelnemer)
IM	(afdeling) Inkoopmanagement
MAA	Medical Air Assistance, traumahelicopters (100% ANWB)
MVO	Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen
NGO	Non Governmental Organization
SBN	Stichting Bewegwijzering Nederland (ANWB oprichter)
SNM	Stichting Natuur en Milieu
STAK	Stichting Administratiekantoor
Starter	pechhulp in Polen
UC	United Consumers
UVM	risicodrager van Unigarant
WBP	Wet Bescherming Persoonsgegevens
Wft	Wet op het financieel toezicht
Ww	ANWB Wegenwacht

REFERENTIELIJST MAATSCHAPPELIJKE ASPECTEN

Nr.	Aspect	Hoofdstuk, paragraaf
	Profiel	
1	Aard en omvang van de ANWB.	1
2	Kernprocessen en kernactiviteiten.	5
3	Samenvatting van het profiel.	Samenvatting
4	Keten waarin de ANWB opereert.	1
	Strategie en Beleid	
5	Strategie (algemeen).	4
6	Visie en strategie m.b.t. MVO.	Voorwoord, 4
7	Risico's en mogelijkheden in relatie tot MVO.	2
8	Beleid t.a.v. ketenverantwoordelijkheid.	6.4
	Bestuurstructuur en managementbenadering	
9	Bestuur.	2
10	Organisatiestructuur.	2
11	Taken en verantwoordelijkheden t.a.v. MVO.	2
12	Beloning van bestuurders.	2
13	Verankering van de betrokkenheid van belanghebbenden bij MVO.	2
14	Sturing en beheersing m.b.t. MVO.	2
15	Activiteiten in het kader van ketenverantwoordelijkheid.	6.4
	Resultaten	
16	Maatschappelijke resultaten.	Samenvatting
	Economische aspecten van ondernemen	
17	Resultaten m.b.t. de economische aspecten van de bedrijfsvoering.	8
18	Doelstellingen m.b.t. de economische aspecten van de bedrijfsvoering.	8
	Milieu aspecten van ondernemen	
19	Resultaten m.b.t. de milieuaspecten van de bedrijfsvoering.	7.1
20	Beleid t.a.v. milieugerelateerde aspecten van ondernemen.	7
21	Doelstellingen m.b.t. de milieugerelateerde aspecten van de bedrijfsvoering.	7
	Sociale aspecten van ondernemen	
22	Resultaten m.b.t. de sociale aspecten van de bedrijfsvoering.	6
23	Beleid t.a.v. sociale aspecten van ondernemen.	6
24	Doelstellingen m.b.t. de sociale aspecten van de bedrijfsvoering.	6
25	Activiteiten m.b.t. maatschappelijke betrokkenheid.	6
26	Beleid m.b.t. maatschappelijke betrokkenheid.	6
	Maatschappelijk verslaggevingsbeleid	
27	Verslaggevingsbeleid en verslaggevingsproces.	Verantwoording
28	Reikwijdte van het verslag.	Leeswijzer
29	Afbakening van het verslag.	Leeswijzer
30	Verificatie van de maatschappelijke verslaggeving.	Verantwoording
	Relevantie	
31	Bedrijfsspecifieke en/of sectorspecifieke aspecten van MVO.	5, 7.1, 7.2, 7.3, 7.4
32	Publicatiedatum.	Leeswijzer
33	Vergelijkingsmogelijkheden in de tijd en met andere ondernemingen.	7.1, 7.2
34	Kwesties en dilemma's.	O.a. 7.3
	Duidelijkheid	
35	Relatie tussen verschillende vormen van externe verslaggeving.	Waar mogelijk
36	Samenvatting van de belangrijkste resultaten.	Samenvatting
37	Begrippenlijst.	Begrippenlijst
38	Toegankelijkheid en vindbaarheid.	Leeswijzer
	Betrouwbaarheid	

39	Verklaring van deskundige(n) over de toereikendheid van de maatschappelijke verslaggeving en/of over de behaalde resultaten.	Verantwoording
40	Verklaring van deskundige(n) over de betrouwbaarheid van de informatie.	Verantwoording
41	Conclusie van deskundige(n) over de overeenstemming van het verslag met de gehanteerde toetsingscriteria.	Verantwoording
	Betrokkenheid van belanghebbenden	
42	Belangrijkste belanghebbenden.	3
43	Borging van de betrokkenheid van belanghebbenden.	3
44	Afstemming op de informatiebehoefte van belanghebbenden.	Leeswijzer
45	Betrokkenheid bij specifieke maatschappelijke aspecten.	3
46	Visie op relevante maatschappelijke thema's.	O.a. 7.1
47	Contactinformatie.	Colofon
	Contextuele samenhang	
48	Beleid m.b.t. MVO in de bredere context van duurzame ontwikkeling.	4
49	Verhouding tussen de algemene strategie en de MVO-strategie.	4
50	Verband tussen behaalde resultaten en relevante ontwikkelingen.	7.1

COLOFON

Dit document is vanaf juli 2010 in pdf-formaat is te downloaden op anwb.nl (onder 'Over ANWB').

Meer informatie over het MVO-beleid en de MVO-prestaties van de ANWB:

Arjan de Bakker, manager MVO
telefoon 088 269 7176
e-mail: adebakker@anwb.nl

Uitgave

Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB
Wassenaarseweg 220
2596 EC 's Gravenhage
Postbus 93.200
2509 BA 's Gravenhage
telefoon 088 269 2222