

LIFT
WERKNETWERK

Miriam van Drunen

- Gehuwd, 3 kinderen (17, 14 en 5)
- HAVO
- A-verpleegkundige
- 1987 – 1995 verpleegkundige
- 1995 – 1999 administratief medewerker
- HBO APPB
- 1999 – 2006 p-adviseur, mobiliteitsconsulent, zzp-er
- Vanaf 2006 accountmanager & coordinator LIFT

WAT IS LIFT?

- Het Limburgs Interim Functievervullings Traject (LIFT) is een samenwerkingsverband tussen verschillende werkgevers in Limburg. LIFT is begonnen in mei 1995 met vijf partners en groeit nog steeds. Momenteel zijn er 62 organisaties aangesloten bij LIFT.
- LIFT is gericht op de bevordering van de **mobiliteit** van medewerkers en **kennisdeling** tussen de leden van het netwerk.

Activiteiten LIFT?

Voor de leden

- Netwerk- en themabijeenkomsten
- Kandidaatgerichte acties
- Jaarlijkse ledenvergadering
- Jaarlijkse conferentie

Voor de medewerkers

- IF-constructie, workshops
- Week van de mobiliteit
- Beheer website www.liftnet.nl

Welke baan wil jij?
Voor **1** dag!



Welke baan wil jij?
Voor **1** dag!

**Week van de
Mobiliteit**

17 tot 21 nov 2008

Welke baan wil jij?
Voor **1** dag!

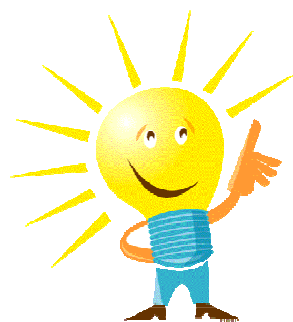
Verander *één dag* van werkplek,
doe mee aan de Week van de Mobiliteit.



Hoe is het idee ontstaan en hoe hebben wij het aangepakt?

- December 2007, brainstormen met IGOM:
 - Onze werknemers zitten vaak 20 tot 30 jaar op dezelfde plek
 - Hoe kunnen wij ze een eerste zet geven om te bewegen?
 - Concepten moeten **ludiek** en **uitnodigend** zijn,
 - alsmede **laagdrempelig** en **zonder gevaar** voor management en medewerkers.
 - En het moet de **aandacht trekken**, voor herhaling vatbaar zijn en **gewaardeerd** worden.
 - Maar ook **communicatief** en **organisatorisch**: **eenvoudig** en **overzichtelijk**.

Hoe is het idee ontstaan en hoe hebben wij het aangepakt?



Week van de Mobiliteit

Eén week in 2008 waarin 1000 werknemers gedurende één dag van plaats en functie veranderen.

Hoe is het idee ontstaan en hoe hebben wij het aangepakt?

- Jan. 2008: Goedkeuring van beide besturen. Businesscase wordt lopende het jaar ingevuld.
- Feb. 2008: Informeren en consulteren van aangesloten organisaties.
- Apr. 2008: Formele goedkeuring tijdens ledenvergadering.

Hoe is het idee ontstaan en hoe hebben wij het aangepakt?

- **Project Week van de Mobiliteit 2008**
 - *Stuurgroep*: 2 bestuursleden en de coördinatoren van LIFT en IGOM
 - *Uitvoering*: Projectleider en secretariaat (beide extern)

Hoe is het idee ontstaan en hoe hebben wij het aangepakt?

- Vanaf april 2008:
- Draagvlak en betrokkenheid creëren bij directies en management.
- Geld inzamelen (A&O-fondsen Rijk en Gemeenten, provincie Limburg, CBS, Start People en Veolia)
- Communicatie: folders, posters en persberichten

Hoe is het idee ontstaan en hoe hebben wij het aangepakt?

- Opzetten van de website
www.weekvandemobiliteit.nl
 - Aanmelden van plekken en kandidaten
 - Matchingsinstrument
 - Communicatieinstrument
- Betrekken van contactpersonen bij het proces tijdens brainstorm (ontbijt) sessies. Van de 80 organisaties doen er 58 actief mee.

Hoe is het idee ontstaan en hoe hebben wij het aangepakt?

- Belangrijke voorstellen uit deze sessies zijn:
 - Horizontaal matchen (gelijk niveau)
 - Gefaseerd aanbieden van plekken
 - Gedurende de WvdM dagelijks een mobiliteitsjournaal, opgenomen op locatie
 - Voorstel van door Start People gefinancierd OV-vervoer door Veolia
 - Etc.

Hoe is het idee ontstaan en hoe hebben wij het aangepakt?

- Vanaf 7 okt. 2008 is de site opengesteld.
- Spannend! Wat gaat er gebeuren? Massale inschrijving, een IKEA-effect of is er totaal geen interesse.
- Resultaat: De eerste dag ging de site plat door massale aanmelding.



Hoe is het idee ontstaan en hoe hebben wij het aangepakt?

- Nov. 2008: De WvdM zelf is vrijwel probleemloos verlopen. Veel media aandacht, veel positieve reacties. Ook tijdens slotmanifestatie.
- Dec. 2008: Terugblikken en evalueren
- Terugkomdagen, elke organisatie heeft zijn eigen evaluatie gehouden (van bezoekers en ook van eigen deelnemende werknemers)

Resultaten? *Enkele cijfers*

**1100 kandidaten (29% MBO, 49% HBO en 22% WO),
750 plekken en 700 matches**

Top 5 functiecategorieën

1. Administratief, Secretarieel, Management Assistent
2. HRM / P&O
3. Management/Afdelingshoofd
4. Onderwijs
5. Verkoop, Communicatie & Marketing

Top 5 organisaties

1. Gemeente Sittard-Geleen
2. CBS
3. Algemene Inspectiedienst
4. Gemeente Kerkrade
5. Rijkswaterstaat

Resultaten? *Enquete*

Welk cijfer geeft U deze <i>Week van de Mobiliteit</i> ?	8,2
Moet er in 2009 weer een <i>Week van de Mobiliteit</i> komen?	8,7
Gaat U zelf weer deelnemen aan deze volgende <i>Week van Mobiliteit</i> ?	8,4
Gaat U de <i>Week van de Mobiliteit</i> aanbevelen bij anderen?	8,8
Heeft de mobiliteitsplek aan uw verwachtingen voldaan?	8,3
Hebt U iets nieuws ontdekt op uw mobiliteitsplek?	8,3
Bent u gaan nadenken over uw eigen loopbaan?	7,6
Hoe beoordeelt U het gastheerschap van de organisatie?	8,7
Zou U willen werken in de organisatie die U hebt bezocht?	7,2

Resultaten? *Best practices (1)*

- Het een dag in de keuken kijken van de ander heeft geleid tot een uitwisseling van procedures en mogelijke oplossingen. Men leert van elkaar.
- Meerdere deelnemers gaan voor langere tijd via de LIFT-detacheringsconstructie naar bedrijf waar ze tijdens *Week van de Mobiliteit* zijn geweest. Een enkeling zelfs op dezelfde plaats in dezelfde functie.
- Het belang van mobiliteit krijgt steeds meer draagvlak, ook bij management.

Resultaten? *Best practices* (2)

- Er zijn medewerkers die op grond van hun ervaringen met de *Week van de Mobiliteit* besluiten weer een opleiding te gaan volgen.
- De *Week van de Mobiliteit* heeft zowel voor LIFT-medewerkers als ook voor IGOM-medewerkers gezorgd voor een uitbreiding van ieders eigen netwerk.
- Twee organisaties hebben in navolging op de Week van de Mobiliteit een interne mobiliteitsweek georganiseerd.

Succesfactoren

- **Betrokkenheid**
 - netwerk, goede relatie met contactpersonen,
 - meenemen van direct leidinggevenden,
 - conferentie, ontbijtsessies, mobiliteitsjournaals,
 - laat de mensen zelf spreken
- **Website**
 - aanmelden, matchen, communicatiemedium)

Succesfactoren

- PR
 - kranten en tv, folders en posters
- Leuke zaken
 - slotmanifestatie, gratis OV
- Organisatie
 - betrokken projectleden, voldoende financiële middelen en
 - neem voldoende voorbereidingstijd en
- Gewoon DOEN

Doel bereikt!



- De Week van de Mobiliteit is een cadeautje van de werkgever. “Ik gun jou die dag bij een andere organisatie”
- In zoverre heeft de Week van de Mobiliteit het in zich om te verworden tot een belangrijk instrument in het personeels- en mobiliteitsbeleid van de onderneming.