

CO₂ Communicatieplan

Januari 2018



Inhoudsopgave

1.	Inleiding	3
2.	Communicatiedoelstellingen	4
3.	Doelgroepen	5
4.	Communicatiemiddelen	7
5.	Planning	8
6.	Organisatie	9

1. Inleiding

Dit communicatieplan beschrijft de wijze waarop Schot Verticaal Transport BV haar ambities en maatregelen op het gebied van CO₂-reductie zowel intern als extern kenbaar maakt. Uitgangspunt daarbij is de CO₂-footprint van Schot Verticaal Transport BV. De communicatie zal periodiek plaatsvinden en is structureel van aard.

Strategie

De CO₂-communicatie beschrijft het belang van CO₂-management voor Schot Verticaal Transport BV. Belangrijk bij communicatie is dat:

- De communicatie zowel intern als extern inzicht geeft in het CO₂-beleid en de prestaties;
- De noodzaak van CO₂-reductie voor iedereen duidelijk is (kennis);
- De communicatie daarnaast bij de interne doelgroepen resulteert in een attitude- en gedragsverandering;
- Deze duidelijk en regelmatig plaatsvindt.

Binnen Schot Verticaal Transport BV is de KAM-coördinator verantwoordelijk voor het beheer van de CO₂-footprint. Deze heeft als belangrijke taken:

- Het periodiek vaststellen van veranderingen binnen de CO₂-footprint van Schot Verticaal Transport BV en de effectiviteit van ingevoerde reductiemaatregelen.
- De verkregen input te vertalen in toegankelijke teksten/illustraties en die vervolgens zowel intern als extern te publiceren.

2. Communicatiedoelstellingen

Algemene doelstelling

De CO₂-communicatie moet bijdragen tot bewustwording (kennis), veranderingsbereidheid (houding) en vermindering (gedrag). Daarnaast moet de communicatie zorgen voor inzicht voor alle stakeholders.

Bij de interne doelgroepen moet duidelijk zijn:

- Wat de ambities inhouden;
- Dat sprake is van belangrijke en noodzakelijke ambities en reductiemaatregelen; én
- Dat alle aangekondigde reductiemaatregelen niet vrijblijvend zijn, maar dat er altijd een inspanningsverplichting geldt voor de medewerkers die dit betreft.

Schot Verticaal Transport BV communiceert regelmatig (tweemaal per jaar) intern en extern over (minimaal):

- Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf;
- Het huidig energiegebruik en trends binnen het bedrijf;
- De behaalde besparingen in CO₂-uitstoot;
- De mogelijkheden voor individuele bijdrage(n) door medewerkers.

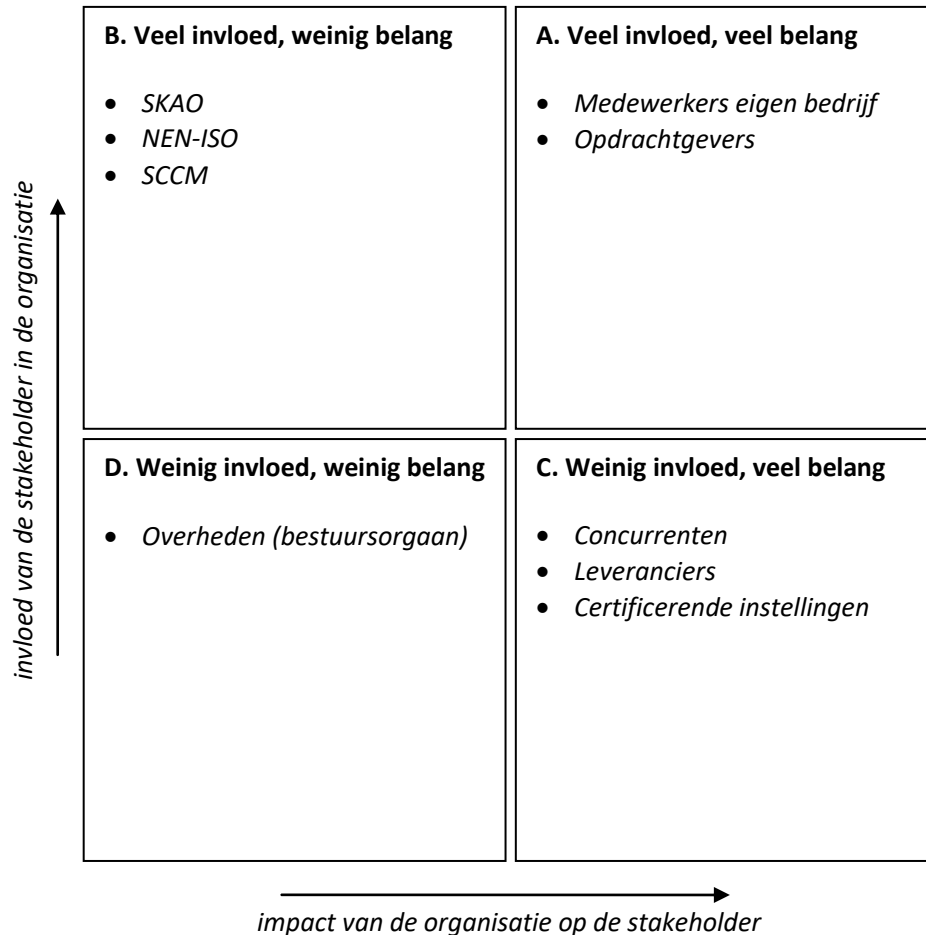
Wijze van communicatie

Alle communicatie over de CO₂ footprint via de bedrijfseigen website dient te voldoen aan de volgende eisen:

- Bereikbaar op bedrijfsnaam en volgens de zoekterm CO₂ prestatieladder of CO₂ beleid;
- Na ontvangst wordt ook het certificaat gepubliceerd op de website;
- Wanneer een nieuwe versie van een document wordt uitgegeven, dan wordt dit document op de website bijgewerkt.
- Voor niveau 3 dienen onderstaande documenten verplicht te worden gepubliceerd;
 - Vermelding van het nummer uit de audit checklijst bij elk document:
 - Energie beoordelingsverslag: 2.A.3;
 - Periodieke rapportage: 3.A.1;
 - Energie management actieplan: 3.B.2;
 - Communicatieplan: 3.C.2;
 - Het volgende document wordt op de website van SKAO gepubliceerd:
 - Actieve deelname aan initiatieven: 3.D.1 (staat vermeld in het energie management actieplan: 3.B.2)

3. Doelgroepen

Stakeholderanalyse



Groep A

Deze groep heeft veel invloed op en heeft veel belang bij het gevoerde beleid en is dan ook de belangrijkste groep stakeholders. Zij worden overal van op de hoogte gehouden en waar nodig geraadpleegd:

- *Medewerkers: het energiebeleid is van invloed is op hun dagelijkse werkomgeving. Zij hebben veel invloed op het beleid omdat zij het moeten uitvoeren en met ideeën moeten komen;*
- *Opdrachtgevers hebben veel belang bij de CO₂ reductie ambitie, aangezien een hoge ambitie ook kan uitstralen naar deze opdrachtgevers. De invloed is ook hoog aangezien zij eisen kunnen stellen in de inkoopvoorwaarden. [Gemeentes, Waterschap, ontwikkelaars]*

Groep B

De stakeholders in deze groep hebben veel invloed, maar weinig belang en worden daarom geïnformeerd. Wanneer er een goede relatie bestaat met de partijen uit deze groep kunnen zij hun invloed in positieve zin aanwenden:

- *Stichting Klimaatvriendelijke Aanbesteden en Ondernemen (SKAO) heeft veel invloed op het CO₂-beleid, omdat zij eigenaar is van de CO₂-prestatieladder. Het belang in de individuele organisatie is klein, zij stellen meer belang in de groep bedrijven die een ladderbeoordeling ondergaat/heeft ondergaan.*

- *NEN is in Nederland het kennisnetwerk voor normontwikkeling en normtoepassing op nationaal en internationaal niveau. Voor het uitgeven van de ISO-normen wordt samengewerkt met de internationale organisatie ISO. Schot Verticaal Transport voert het certificaat NEN-ISO 14001;*
- *SCCM (www.sccm.nl) is het centrale informatiepunt. Naast overzichten van gecertificeerde organisaties en aangesloten certificatie-instellingen staan hier hulpmiddelen en tips voor het invoeren en onderhouden van het milieumanagementsysteem (ISO 14001);*

Groep C

De groep die weinig invloed maar veel belang heeft in het energiebeleid en de reductiedoelstellingen is de grootste groep. Omdat ze niet veel invloed hebben zullen deze niet geraadpleegd hoeven te worden bij het nemen van beslissingen, maar ze zullen wel tevreden moeten worden gehouden.

- *Concurrenten (kraanverhuurders) zijn zeer geïnteresseerd in de mate waarop Schot Verticaal Transport BV scoort op de CO₂-prestatieladder. Het kan namelijk voor hen een behoorlijk concurrentievoordeel of –nadeel opleveren;*
- *Leveranciers zijn betrokken in het energiebeleid, omdat dit in kan houden dat een groot deel van de leveranciers ook de footprint moet aanleveren. Dit wordt in de inkoop Eisen opgenomen. De verwachting is dat de meeste vaste leveranciers goed gestemd zijn over de reductie van CO₂ -uitstoot en willen hier graag aan meewerken.*
- *Certificerende instellingen hebben er belang bij dat er goed gewerkt wordt aan het energiebeleid, en dat er ambitie is om op de CO₂-prestatieladder te scoren en het ISO 14001 certificaat te voeren. Dat betekent namelijk werk voor hen.*

Groep D

Deze groep heeft weinig invloed maar ook weinig belang en zal dus de minste aandacht verdienen. Wel wordt deze groep geïnformeerd via algemene middelen, zoals de website.

- *De overheden in wiens invloedssfeer Schot Verticaal Transport BV ligt zijn over het algemeen geïnteresseerd in de prestaties van bedrijven op het gebied van duurzaamheid, maar ze zullen niet bovengemiddeld geïnteresseerd zijn in de precieze score van Schot Verticaal Transport BV op de CO₂-prestatieladder of het voeren van het ISO 14001 certificaat.*

Intern

De belangrijkste interne belanghebbenden die uit de stakeholderanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de interne communicatie:

- Kantoormedewerkers;
- Uitvoerende medewerkers;
- Managementteam/directie.

Extern

De belangrijkste externe belanghebbenden die uit de stakeholderanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de externe communicatie:

- Leveranciers, klanten, media, belangenorganisaties;
- Derden (overige bezoekers van onze internetsite).

4. Communicatiemiddelen

Voor de CO₂-communicatie wordt gebruik gemaakt van onderstaande communicatiemiddelen.

Intern	Doelgroep	Frequentie
Managementoverleg (werkgroep CO ₂)	Directie, KAM-coördinator	Wekelijks bij KAM overleg
Toolboxmeeting CO ₂	Medewerkers	1x per jaar
Directiebeoordeling	Directie, KAM-coördinator	1x per jaar
Internetpublicaties	Medewerkers	2x per jaar

Extern	Doelgroep	Frequentie
Internet site	Opdrachtgevers, leveranciers en derden	2x per jaar
SKAO	Opdrachtgevers, leveranciers en derden	Jaarlijks

Van de volgende communicatiemiddelen wordt onderzocht of deze toegepast kunnen gaan worden door Schot Verticaal Transport BV

Intern/Extern	Doelgroep	Frequentie
Twitter	Medewerkers, opdrachtgevers, leveranciers en derden	Minimaal maandelijks een post
Linkedin	Medewerkers, opdrachtgevers, leveranciers en derden	Minimaal maandelijks een post
Facebook	Medewerkers, opdrachtgevers, leveranciers en derden	Minimaal maandelijks een post

5. Planning

Om te zorgen dat alle communicatie op tijd en volgens afspraak wordt uitgevoerd wordt een communicatieplanning aangehouden. Onderstaande tabel geeft de periodieke communicatiemomenten weer.

Structurele communicatie CO₂-prestatieladder

	Doelgroep	Boodschap	Middel	Frequentie	Verantwoordelijke
Intern	Medewerkers	Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen	Website/toolbox	2x per jaar	KAM
	Medewerkers	Het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf	Website/toolbox/ half jaarlijks overleg	2x per jaar	KAM
	Medewerkers	De behaalde besparingen in CO ₂ -uitstoot	Website/toolbox/ half jaarlijks overleg	2x per jaar	KAM
	Medewerkers	Individuele bijdragen van medewerkers	Toolbox/website	1x per jaar	KAM
Extern	Opdrachtgevers, leveranciers	Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen	Website	2x per jaar	KAM
	Opdrachtgevers, leveranciers	Het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf	Website	2x per jaar	KAM
	Opdrachtgevers, leveranciers	De behaalde besparingen in CO ₂ -uitstoot	Website	2x per jaar	KAM
	Opdrachtgevers, leveranciers	Individuele bijdragen van medewerkers	Website	1x per jaar	KAM

6. Organisatie

Budget

Activiteit	Budget
Schrijven communicatieplan	3 uur x € 75= € 225
Uitvoeren acties communicatie uitingen	3 uur x € 75 = € 225
Website aanpassen	2 uur
Totaal:	€ 485

Organiseren

De KAM medewerker verzamelt periodiek alle beschikbare CO₂ dat en milieuregistratie en maakt dit inzichtelijk zodat de directie de CO₂ reductie en het milieubeleid kan vaststellen en hierop kan sturen.

Evalueren en bijsturen

Het is belangrijk om regelmatig te controleren of alle communicatie heeft plaatsgevonden en te toetsen of deze goed is overgekomen. Indien nodig kunnen zaken na deze evaluatiemomenten worden aangepast. Evaluatie zal elk jaar plaatsvinden, onder verantwoordelijkheid van R. van der Heide.