

# CO<sub>2</sub> Communicatieplan

2020



## 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 CO<sub>2</sub>-reductie zowel intern als extern kenbaar maakt. Uitgangspunt daarbij is de CO<sub>2</sub>-footprint van Schot Verticaal Transport BV. De communicatie is niet eenmalig, maar structureel van aard.

### **Strategie**

De CO<sub>2</sub>-communicatie beschrijft het belang van CO<sub>2</sub>-management voor Schot Verticaal Transport BV. Belangrijk bij communicatie is dat:

- De communicatie zowel intern als extern inzicht geeft in het CO<sub>2</sub>-beleid en de prestaties;
- De noodzaak van CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-footprint. Deze heeft als belangrijke taken:

- Het periodiek vaststellen van veranderingen binnen de CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-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 zal regelmatig (tweemaal per jaar) intern en extern communiceren over (minimaal):

- Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf;
- Het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf;
- De behaalde besparingen in CO<sub>2</sub>-uitstoot;
- De mogelijkheden voor individuele bijdrage(n) door medewerkers.

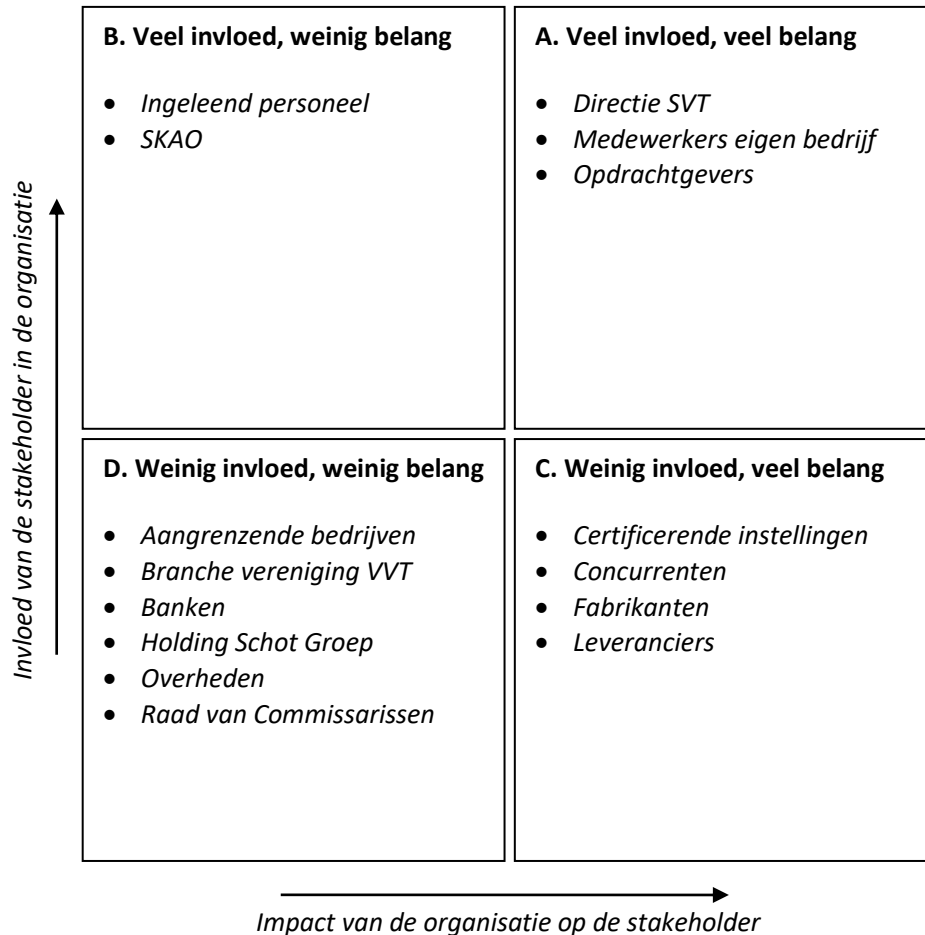
### **Wijze van communicatie**

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

- Vermelding van het nummer uit de audit checklijst bij elk document:
  - CO<sub>2</sub>-footprint: 3.A.1;
  - Periodieke rapportage: 3.A.1;
  - Energie management actieplan: 3.B.2;
  - Communicatieplan: 3.C.2;
  - Communicatie uitingen: 3.C.1;
  - Deelname initiatief: 3.D.1.
- Voor niveau 3 dienen bovenstaande documenten verplicht te worden gepubliceerd;
- 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.

### 3. Doelgroepen

#### Stakeholderanalyse



#### Groep A

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

- *Directie SVT*: De directie stelt het beleid omtrent de CO<sub>2</sub> reductie op en stelt hiervoor doelen vast. Vooral de commercieel directeur heeft belang bij een goed CO<sub>2</sub> beleid, want deze kan voldoen aan eisen van de opdrachtgevers.
- *Medewerkers*: Voor de medewerkers is het energiebeleid van invloed op hun dagelijkse werkomgeving. Zij hebben veel invloed op het beleid omdat zij het moeten uitvoeren en met ideeën moeten komen;
- *Opdrachtgevers*: De opdrachtgevers hebben veel belang bij de CO<sub>2</sub> 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:

- *Ingeleend personeel*: Net als voor de eigen werknemers is voor ingeleend personeel het energiebeleid van invloed op de dagelijkse werkomgeving. Voor ingeleend personeel maakt het CO<sub>2</sub> beleid niet zoveel uit. Zij hebben zich hieraan te houden als ze zijn ingehuurd.

- *Stichting Klimaatvriendelijke Aanbesteden en Ondernemen (SKAO)*: De SKAO heeft veel invloed op het CO<sub>2</sub>-beleid, omdat zij eigenaar is van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. Het belang in de individuele organisatie is klein, zij stellen meer belang in de groep bedrijven die een ladderbeoordeling ondergaat/heeft ondergaan.

### **Groep C**

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

- *Certificerende instellingen (CI)*: De certificerende instellingen hebben er belang bij dat er goed gewerkt wordt aan het energiebeleid, en dat er ambitie is om op de CO<sub>2</sub>-prestatieladder te scoren. Dat betekent namelijk werk voor hen.
- *Concurrenten (kraanverhuurders)*: Concurrenten zijn zeer geïnteresseerd in de mate waarop Schot Verticaal Transport BV scoort op de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. Het kan namelijk voor hen een behoorlijk concurrentievoordeel of –nadeel opleveren;
- *Fabrikanten*: Schot Verticaal Transport vormt aan de hand van hun CO<sub>2</sub> beleid ook de inkoop eisen voor de machines. Een fabrikant heeft hier geen invloed op, maar om machines te blijven verkopen zullen zij wel moeten inspelen op de vraag van de markt.
- *Leveranciers*: De leveranciers zijn betrokken in het energiebeleid, omdat deze 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 CO<sub>2</sub> -uitstoot en willen hier graag aan meewerken.

### **Groep D**

De stakeholders uit deze groep hebben weinig invloed maar ook weinig belang en zullen dus de minste aandacht verdienen. Dit is de grootste groep. Deze groep wordt wel geïnformeerd via algemene middelen, zoals de website.

- *Aangrenzende bedrijven*: De aangrenzende bedrijven hebben geen invloed en geen belang bij het CO<sub>2</sub> beleid van Schot Verticaal Transport
- *De branche vereniging (VVT)*: De VVT heeft geen eisen voor het CO<sub>2</sub> beleid van Schot Verticaal Transport. Daarnaast hebben zij hier ook geen belang aan. Zij spelen wel in op de vragen vanuit de branche, maar lopen hier niet in voorop.
- *Banken*: De banken hebben geen invloed en geen belang bij het CO<sub>2</sub> beleid van Schot Verticaal Transport.
- *Holding Schot Groep*: De holding van de Schot Groep heeft weinig invloed en belang bij het CO<sub>2</sub> beleid van Schot Verticaal Transport. De brandstof, elektra en gas kosten worden wel gemonitord door de holding, maar hier volgen geen strakke doelstellingen uit.
- *Overheden*: 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 CO<sub>2</sub>-prestatieladder.
- *Raad van Commissarissen*: De Raad van Commissarissen heeft geen belang en geen invloed op het CO<sub>2</sub> beleid van Schot Verticaal Transport.

### **Intern**

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

- Directie SVT,
- Kantoormedewerkers;
- Uitvoerende medewerkers;

### **Extern**

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

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

## 4. Communicatiemiddelen

Voor de CO<sub>2</sub>-communicatie wordt gebruik gemaakt van onderstaande communicatiemiddelen.

Intern	Doelgroep	Frequentie
½ jaarlijks overleg	Medewerkers	2x per jaar (min. 1x CO <sub>2</sub> meenemen)
KAM overleg	KAM functionaris, directie (KAM coördinator)	Om de 2 weken (CO <sub>2</sub> op agenda)
Toolbox meetings CO <sub>2</sub>	Medewerkers	Minimaal 1x per jaar CO <sub>2</sub> meenemen

Extern	Doelgroep
Internet site	Opdrachtgevers, leveranciers en derden
LinkedIn	Medewerkers, opdrachtgevers, leveranciers en derden
Facebook	Medewerkers, opdrachtgevers, leveranciers en derden

## 5. Planning

Om te zorgen dat alle communicatie op tijd en volgens afspraak wordt uitgevoerd is een planning. Na certificering zal communicatie structureel plaatsvinden volgens de planning.

### Structurele communicatie na certificering

	Doelgroep	Boodschap	Middel	Frequentie	Verantwoordelijke
<b>Intern</b>	Medewerkers	Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen	Toolbox / ½ jaarlijks overleg / website	Elke 6 <sup>e</sup> maand	KAM
	Medewerkers	Het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf	Website	Elke 6 <sup>e</sup> maand	R. van der Heide
	Medewerkers	De behaalde besparingen in CO <sub>2</sub> -uitstoot	Toolbox meeting / ½ jaarlijksoverleg	Elke 6 <sup>e</sup> maand	KAM
	Medewerkers	Individuele bijdragen van medewerkers	Toolbox meeting / ½ jaarlijksoverleg	Elke 6 <sup>e</sup> maand	R. van der Heide
<b>Extern</b>	Opdrachtgevers, leveranciers	Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen	Website	Elke 6 <sup>e</sup> maand	R. van der Heide
	Opdrachtgevers, leveranciers	Het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf	Website	Elke 6 <sup>e</sup> maand	R. van der Heide
	Opdrachtgevers, leveranciers	De behaalde besparingen in CO <sub>2</sub> -uitstoot	Website	Elke 6 <sup>e</sup> maand	R. van der Heide
	Opdrachtgevers, leveranciers	Individuele bijdragen van medewerkers	Website	Elke 6 <sup>e</sup> maand	R. van der Heide



## 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
<b>Totaal:</b>	<b>€ 485</b>

### **Organiseren**

Er is een tijdelijke werkgroep ingesteld die moet zorgen dat alle CO<sub>2</sub>-data inzichtelijk wordt gemaakt zodat de directie CO<sub>2</sub>-reductiebeleid 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.