

CO₂-PRESTATIELADDER[©]

Communicatieplan



Auteur: Paulien Schuiling
Autorisatiedatum: 20-04-2020
Versie: 1

Handtekening autoriserend verantwoordelijke manager:

A handwritten signature in blue ink, written over a dotted line, representing the authorizing manager.

Inhoud

INLEIDING	3
1 COMMUNICATIEDOELSTELLING.....	4
2 DOELGROEPEN	4
<i>Groep A – Veel invloed & veel belang.....</i>	<i>5</i>
<i>Groep B – Veel invloed & weinig belang</i>	<i>5</i>
<i>Groep C – Weinig invloed & veel belang</i>	<i>5</i>
<i>Groep D – Weinig invloed & weinig belang.....</i>	<i>5</i>
<i>Intern</i>	<i>6</i>
<i>Extern.....</i>	<i>6</i>
3 COMMUNICATIEMIDDELEN	6
4 BUDGET	6
ORGANISEREN	6
EVALUEREN EN BIJSTUREN	6
COLOFON.....	7

Inleiding

In dit communicatieplan kunt u lezen hoe wij onze ambities en maatregelen op het gebied van CO2 reductie intern en extern communiceren. Het uitgangspunt hierbij is onze CO2 footprint. Het hebben van een dergelijk CO2 beleid en reductiedoelstellingen is een goede stap in het daadwerkelijk realiseren van de doelen van de organisatie. Een belangrijk aspect is de communicatie over dit beleid en de doelstellingen.

Open en transparante interne communicatie dragen bij aan het bewust maken en het betrekken van medewerkers bij het beleid dat de organisatie hanteert. Voor elke medewerker is namelijk van belang om de doelstelling te halen. Het maakt hierbij niet uit welke functie of positie deze persoon heeft. Bij de interne doelgroepen moet de communicatie daarnaast ook resulteren in een attitude- en gedragsverandering. Verder is het belangrijk om duidelijk en regelmatig te communiceren.

Externe communicatie is ook cruciaal voor het terugdringen van de CO2 uitstoot. Door extern de doelen te communiceren, informeren we onze stakeholders en tonen we onze maatschappelijke betrokkenheid.

Dit rapport omvat zowel de interne als externe communicatie en vervult de eisen 1C tot en met 3C van de CO2 Prestatieladder. Omdat wij een klein bedrijf zijn volgens de CO2 Prestatieladder, zijn vragen 4C en 5C voor ons niet van toepassing.

Het communicatieplan is bedoeld voor de communicatie over CO2 Prestatieladder gerelateerde onderwerpen in de periode 2019-2022. Deze communicatie is niet eenmalig, maar structureel van aard. De medewerker Kwaliteit & Milieu draagt zorg voor het periodiek vaststellen van (veranderingen binnen) de CO2 Footprint van Alsema en de effectiviteit van ingevoerde reductiemaatregelen. Daarnaast is het de taak van de medewerker Kwaliteit & Milieu om deze input te vertalen naar toegankelijke teksten/illustraties en deze intern en extern te publiceren.

1 Communicatiedoelstelling

Het doel van het communicatieplan is om een serie aan communicatiemiddelen en -momenten vast te stellen, waarmee we belanghebbenden kunnen informeren. Het gaat hier om het informeren rondom onze certificering van de CO2 prestatieladder.

Het doel is naast informeren ook om de lezer te overtuigen en te bewegen actief mee te doen aan het thema CO2 reductie door vergroten van bewustzijn en het aangeven van enkele ideeën.

De CO2 communicatie moet bijdragen tot bewustwording (kennis), veranderingsbereidheid (houding) en vermindering (gedrag).

Bij interne doelgroepen moet duidelijk zijn dat:

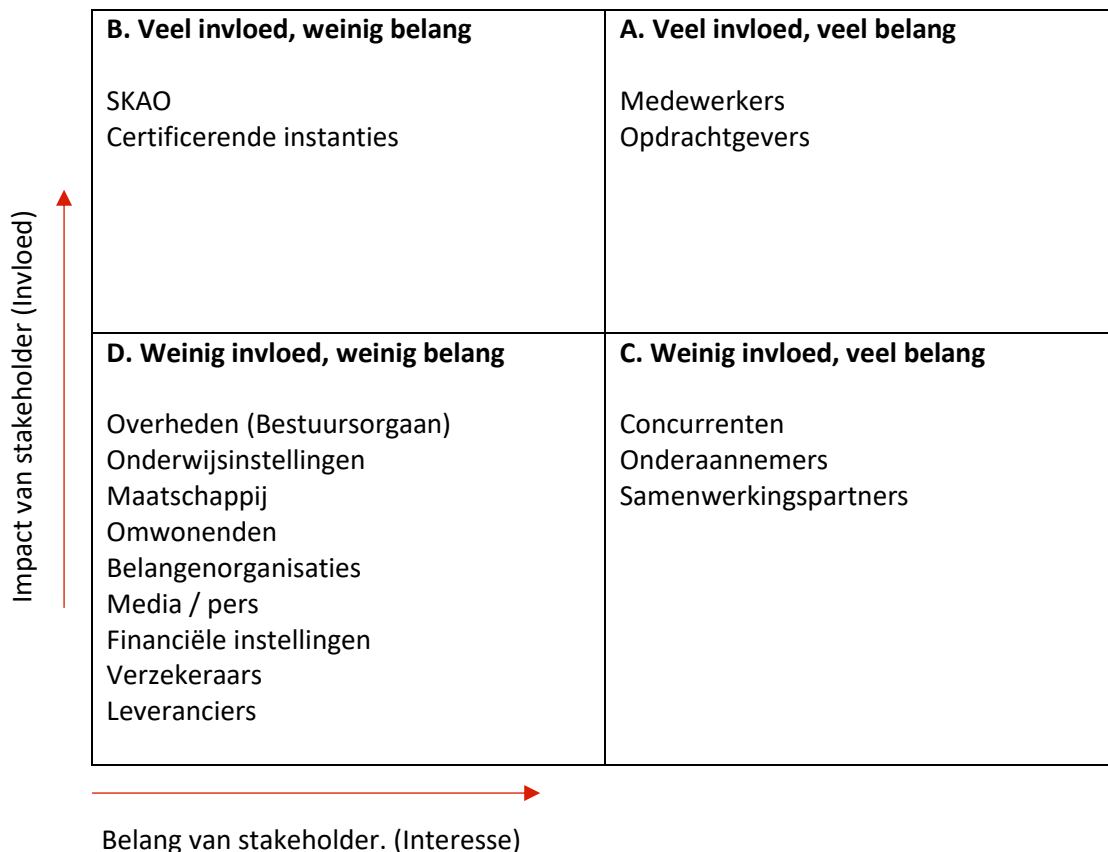
- ❖ We bij Alsema belangrijke en noodzakelijke ambities & reductiemaatregelen hebben.
- ❖ De aangekondigde reductiemaatregelen niet vrijblijvend zijn en dat er altijd een inspanningsverplichting geldt.

Sinds het behalen van ons CO2 Prestatieladder certificaat communiceren wij regelmatig (minimaal één keer per half jaar) intern en extern over (sowieso):

- ❖ Ons energiebeleid en de reductiedoelstellingen
- ❖ Ons huidige energiegebruik en trends binnen Alsema
- ❖ Behaalde besparingen in CO2 uitstoot
- ❖ De mogelijkheden voor individuele bijdragen door medewerkers

2 Doelgroepen

Als we onze stakeholders indelen in mate van invloed & belang, ziet dit er als volgt uit.



Groep A – Veel invloed & veel belang

Deze groep heeft veel invloed op het beleid van Alsema & veel belang in het beleid dat gevoerd wordt. Dit is in de praktijk de belangrijkste groep stakeholders. Deze groep moet op de hoogte worden gehouden en worden geraadpleegd waar nodig. Insteek bij deze groep: Vertrouwen.

Van deze groep zijn de medewerkers de belangrijkste stakeholder. Dit omdat het energiebeleid van invloed is op hun dagelijkse werkomgeving. Zij hebben ook veel invloed op dit beleid. Als medewerkers het beleid niet uitvoeren, gebeurt er niets. Ook zijn medewerkers van groot belang voor het leveren van input zoals goede ideeën. Medewerkers hebben een groot belang in het energiebeleid van Alsema omdat dit beleid kan zorgen voor nieuwe projecten (en dus werkgelegenheid en een financieel gezonde werkgever).

Opdrachtgevers hebben veel belang bij CO2 reductie ambitie, omdat een hoge ambitie ook kan uitstralen naar hen. De invloed is ook hoog, aangezien zij eisen kunnen stellen in bijvoorbeeld inkoop- of uitvoeringsvoorwaarden.

Groep B – Veel invloed & weinig belang

De stakeholders in deze groep hebben veel invloed maar weinig belang. Als deze groep geïnformeerd blijft, is dit vaak voldoende. Insteek bij deze groep: Informeren en tevreden houden.

SKAO is een voorbeeld van zo'n stakeholder. Doordat SKAO de norm beheert, heeft zij veel invloed op ons CO2 beleid. Eventuele wijzigingen in de CO2 norm hebben een directe en mogelijke grote invloed op ons CO2 beleid.

Certificerende instanties horen ook in deze groep. Omdat Alsema wordt geaudit door een certificerende instantie en het certificaat ontvangt, is de invloed van een CI groot. Van belang is minder sprake. Een certificerende instantie heeft er in algemene zin wel belang bij dat bedrijven gecertificeerd willen (of moeten) worden. Het maakt hen hierbij niet uit of dit bedrijf A of B is.

Groep C – Weinig invloed & veel belang

De groep die weinig invloed maar veel belang heeft, is in de praktijk vaak relatief groot. Insteek bij deze groep: monitoren.

Concurrenten vallen bijvoorbeeld in deze groep. Collega-bedrijven zijn geïnteresseerd in de mate waarop Alsema scoort op de CO2 Prestatieladder. Dit kan een concurrentievoordeel – of nadeel betekenen.

Onderaannemers/Samenwerkingspartners hebben ook belang bij ons energiebeleid. Als wij door ons CO2 certificaat extra projecten krijgen, kan dit voor deze partijen werkgelegenheid betekenen. Hun invloed op ons energiebeleid is klein.

Groep D – Weinig invloed & weinig belang

Deze groep heeft weinig invloed op en ook weinig belang bij ons beleid. Voorbeelden van stakeholders in groep D zijn bijvoorbeeld overheidsinstanties (als bestuursorgaan, niet als opdrachtgever), of 'de maatschappij'. Insteek bij deze groep is: Weinig tot geen actie ondernemen.

Stakeholders in deze groep zijn misschien wel geïnteresseerd in prestaties van bedrijven op duurzaamheidsgebied, maar ze zullen niet perse geïnteresseerd zijn in de score van Alsema op de CO2 Prestatieladder.

Intern

De belangrijkste interne stakeholders die uit de stakeholderanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de interne communicatie. Voor Alsema zijn dit **medewerkers** en **directie**.

Extern

De belangrijkste externe stakeholders die uit de stakeholderanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de externe communicatie. Voor Alsema zijn dit **Opdrachtgevers**, **SKAO** en **Certificerende instanties**.

3 Communicatiemiddelen

Voor de CO2 communicatie maken we gebruik van de volgende communicatiemiddelen.

De communicatiemomenten liggen niet allemaal in dezelfde periode van het jaar. Zo zorgen we ervoor dat er verspreid over het jaar meerdere malen wordt gecommuniceerd.

Intern	Doelgroep	Frequentie
Kabeltje (Personeelsblad)	Medewerkers	2 keer per jaar
Toolbox	Medewerkers	1 keer per jaar
CO2 overleg	Directie	2 keer per jaar

Extern	Doelgroep	Frequentie
Website	Opdrachtgevers, SKAO, CI's en overige externe geïnteresseerden.	2 keer per jaar
Digitale nieuwsbrief	Opdrachtgevers, SKAO, CI's en overige externe geïnteresseerden.	2 keer per jaar

4 Budget

Voor bovenstaande communicatiemiddelen is het volgende budget bepaald voor 2019-2022:

Activiteiten	Budget per jaar (2019-2022)
Schrijven artikel Kabeltje	8 uur x € 50,- = € 400,-
Opstellen toolbox	2 uur x € 50,- = € 100,-
Schrijven artikel website	2 uur x € 50,- = € 100,-
Opstellen nieuwsbrief	4 uur x € 50,- = € 200

Organiseren

De medewerker Kwaliteit & Milieu zorgt ervoor dat alle CO2 data inzichtelijk wordt gemaakt zodat we een CO2 reductiebeleid kunnen vaststellen en hierop kunnen sturen.

Evalueren en bijsturen

Het is belangrijk om regelmatig te controleren of alle communicatie heeft plaatsgevonden. Dit gebeurt periodiek (minimaal 1 keer per jaar) door de medewerker Kwaliteit & Milieu. Als we tussendoor signalen krijgen dat informatie niet volledig duidelijk / te weinig wordt aangeboden, sturen we direct bij. Alle communicatie wordt doelgroepgericht opgesteld. Hierbij kijken we niet alleen *wat* we communiceren, maar ook *hoe* we dit doen. We blijven bijvoorbeeld scherp op taalgebruik en woordkeuze.

Colofon

auteur(s) Paulien Schuiling
kenmerk CO2-Communicatieplan
datum 20-04-2020
versie 1
status Definitief