

Communicatie plan

In dit communicatie overzicht worden de communicatiedoelstellingen, doelgroepen, middelen en de communicatie organisatie weergegeven. In het **Jaarplan CO₂** wordt de planning van de interne en externe communicatie momenten ingepland.

Doelstellingen

Zowel intern als extern moet de communicatie inzicht geven in het CO₂-beleid en de prestaties. Daarbij moet de noodzaak van CO₂-reductie voor iedereen duidelijk zijn (kennis). 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.

Binnen Kroes Aannemingsbedrijf B.V. is de KAM-coördinator aangesteld als verantwoordelijke voor het beheer van de CO₂-Prestatieladder. De KAM-coördinator draagt zorg voor het periodiek vaststellen van veranderingen binnen de footprint en de effectiviteit van ingevoerde reductiemaatregelen. De KAM-coördinator heeft als taak om deze verkregen inhoudelijke input te vertalen in toegankelijke teksten/illustraties en die vervolgens zowel intern als extern te publiceren.

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.

Er zal halfjaarlijks intern en extern communiceren over (minimaal):

- het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf;
- projecten waarop gunningsvoordeel is verkregen;
- het huidig energiegebruik en trends binnen het bedrijf;
- de behaalde besparingen in CO₂-uitstoot scope 1 en 2 (scope 3 jaarlijks);
- de mogelijkheden voor individuele bijdrage(n) door medewerkers;
- overige informatie voor stakeholders ten aanzien van CO₂ reductie.

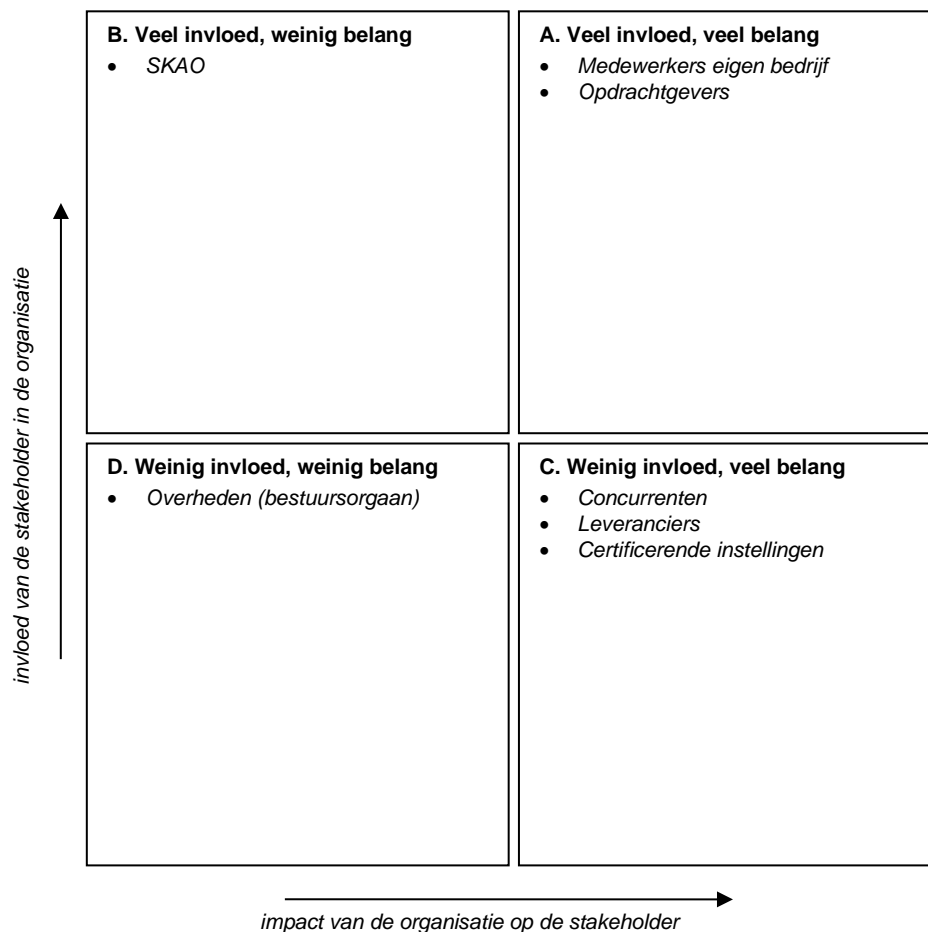
Wijze van communicatie

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

- Bereikbaar op bedrijfsnaam en volgens de zoekterm CO₂ Prestatieladder of CO₂ beleid;
- Publicatie van geldig certificaat;
- Wanneer een nieuwe versie van een document wordt uitgegeven, dan wordt dit document op de website bijgewerkt;
- Alle onderstaande documenten worden gepubliceerd op de website:
 - Algemeen: CO₂ bewust certificaat
 - 3.B.1: Jaarplan CO₂
 - 3.C.1; Jaarplan CO₂
 - 3.D.1: Jaarplan CO₂
 - 4.B.1/5.B.1: Ketenganalyses (incl. scope 3 analyse);
 - 4.B.1: Periodieke rapportages (Nieuwsbrieven)
- De volgende documenten worden op de website van SKAO gepubliceerd:
 - 3.D.1: Jaarplan CO₂
 - 4.A.1: Ketenganalyses (incl. scope 3 analyse).



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. [overheden, gemeentes, bedrijven].*

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.*

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 zijn zeer geïnteresseerd in de mate waarop Kroes scoort op de CO₂-prestatieladder. Het kan namelijk voor hen een behoorlijk concurrentievoordeel of –nadeel opleveren;*
- *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 inkoopvoorspellingen 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. 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 Kroes 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 Kroes op de CO₂-prestatieladder.*

Intern

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

- Kantoor medewerkers;
- 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).

Communicatie uitingen

Jaarlijks wordt bepaald op welke manier wordt gecommuniceerd. Het plan is onderdeel van het Jaarplan CO₂.