

Communicatieplan CO₂ v.01

Periode 2018

De Kwaasteniet Aannemersbedrijf te Dordrecht

Goedgekeurd door

Datum: 15-01-2018	
Directeur: W. Vervelde	CO ₂ -verantwoordelijke: A. Jongeneelen

Inhoud

1. Inleiding
2. Doelgroepen
3. Communicatiedoelstelling
4. Middelen en planning
5. Gunningsvoordeel

1. Inleiding

De Kwaasteniet Aannemersbedrijf is een maatschappelijk betrokken ondernemer en dat is een van de belangrijkste redenen geweest om ervoor te kiezen duurzaamheid verder te integreren in haar bedrijfsvoering. Een van stappen hierin is dat de organisatie gecertificeerd is voor CO₂-prestatieladder niveau 3 van de Stichting Klimaatvriendelijk Aanbesteden en Ondernemen.

Dit communicatieplan heeft als doel om inzicht te geven in de wijze waarop De Kwaasteniet Aannemersbedrijf richting haar interne- en externe doelgroepen communiceert over haar Carbon Footprint, reductiedoelstellingen, maatregelen en resultaten.

2. Doelgroepen

De Kwaasteniet Aannemersbedrijf onderscheid twee groepen belanghebbenden; interne en externe belanghebbenden.

Externe belanghebbenden worden in de CO₂-Prestatieladder omschreven als:

- Partijen die belang hebben bij reductie van CO₂-uitstoot.
- Potentiële partners om mee samen te werken aan CO₂-reductie.

Beide doelgroepen worden met behulp van verschillende communicatiemiddelen periodiek geïnformeerd over het beleid op het gebied van energiemangement, doelstellingen, maatregelen en de behaalde resultaten.

Interne doelgroepen:

- Directie;
- PVT;
- Medewerkers;
- Ingehuurd kantoorpersoneel.

Externe doelgroepen:

- (Potentiële) klanten;
- Leveranciers;
- Ketenpartners;
- Onderaannemers/zzp-ers op de projecten.
- Brancheorganisaties en collega-bedrijven;
- Overheidsinstellingen.

3. Communicatiedoelstelling

Het doel van de communicatie is het op een heldere wijze overbrengen van het Energie Management Programma van De Kwaasteniet Aannemersbedrijf en de bijbehorende doelstellingen, maatregelen en

resultaten aan de interne en externe doelgroepen. Daarnaast zal er worden gecommuniceerd over de projecten waarop CO₂ gerelateerd gunningvoordeel is verkregen.

Het communicatieplan moet een bijdrage leveren aan de bewustwording van de betrokkenen (kennis), de bereidheid om te veranderen (houding) en de CO₂-uitstoot te verminderen (gedrag).

De communicatie uitingen moeten onafhankelijk van de doelgroep de boodschap uitdragen dat De Kwaasteniet een professionele organisatie is waar maatschappelijk verantwoord ondernemen betekent ondernemen met aandacht voor de drie p's: People, Planet en Profit.

4. Middelen en planning

Door het inzetten van onderstaande communicatiemiddelen worden onze doelgroepen geïnformeerd en betrokken bij het beleid op het gebied van energiemangement, doelstellingen, maatregelen en de behaalde resultaten.

Interne communicatie

Middel	Frequentie	Boodschap	Doelgroep	Verantwoordelijke
Website	2x per jaar	- Beleid - Doelstellingen - Jaarlijks behaalde resultaten CO ₂ -reductie	Alle interne belanghebbenden	KVM-functionaris Administratie
Ins & Outs	2x per jaar	- Toelichting CO ₂ - Behaalde resultaten	Alle interne belanghebbenden	Administratie
Kernteam	Maand	- Bewust samen beter initiatieven/ doelstellingen	Directie Management Assistent Extern deskundige	Directie
PVT	Halfjaar	- Ontwikkelingen - Voortgang	PVT-leden	Directie
Yammer	2x per jaar	- Ontwikkelingen - Voortgang - Maatregelen	Alle interne belanghebbenden	KVM-functionaris
Toolbox	Maand	- Veilig werken	Alle medewerkers op locatie + werkplaats	KVM-functionaris Uitvoerders

Externe communicatie

Middel	Frequentie	Doelgroep	Verantwoordelijke
Website	2x per jaar	Alle externe belanghebbenden	Administratie

5. Communicatie bij projecten met gunningsvoordeel

De Kwaasteniet Aannemersbedrijf zal, wanneer van toepassing, gebruik van verschillende communicatiemiddelen om de doelgroepen te informeren over nieuwe contracten en projecten die zijn gegund. Indien het om projecten gaat waarbij sprake is van gunningsvoordeel op basis van de CO₂-prestatieladder zal er naast de standaardinformatie zoals projectinhoud en looptijd ook worden gecommuniceerd over de specifieke CO₂ maatregelen/doelstellingen die betrekking hebben op het project. Daarnaast zal er bij projecten waarbij sprake is van gunningsvoordeel in overleg met de opdrachtgever worden bepaald of er naast de bestaande communicatiemiddelen en de bijbehorende planning aanvullende communicatie nodig is om de bij het project betrokken doelgroepen te informeren en met welke frequentie dit moet plaatsvinden. Indien gewenst zal er voor deze projecten een specifiek communicatieplan worden opgesteld.