



Communicatieplan





Inleiding

1. Doel van het communicatieplan

- 1.1 Informeren
- 1.2 Overtuiging en participatie
- 1.3 Binding

2. Doelgroepen

- 2.1 Interne doelgroepen (interne communicatie)
- 2.2 Externe doelgroepen (externe communicatie)
 - 2.2.1 Opdrachtgevers
 - 2.2.2 Leveranciers en onderaannemers
 - 2.2.3 Arbeidsmarkt
 - 2.2.4 NGO's

3. Interne communicatie

- 3.1 Doel en doelstellingen
- 3.2 Situatie analyse
- 3.3 Knelpunten
- 3.4 Strategie
- 3.5 Aanpak
 - 3.5.1 Middelen
 - 3.5.2 Planning
 - 3.5.3 Organisatie

4. Externe communicatie

- 4.1 Doel en doelstellingen
- 4.2 Situatie analyse
- 4.3 Knelpunten
- 4.4 Strategie en doelgroepen
- 4.5 Aanpak
 - 4.5.1 Middelen
 - 4.5.2 Planning
 - 4.5.3 Organisatie



Inleiding

Het hebben van een degelijk CO₂-beleid en reductiedoelstelling is een goede stap in het daadwerkelijk realiseren van de doelen van de organisatie. Een belangrijk aspect als toevoeging daaraan is de communicatie over het te voeren beleid en de doelstellingen. Open en transparante interne communicatie dragen bij aan het bewust maken en het betrekken van medewerkers in het beleid dat de organisatie hanteert. Elke medewerker is namelijk van belang om de doelstelling te halen, ongeacht de functie of positie in de organisatie. Externe communicatie is ook cruciaal voor het terugdringen van de CO₂-uitstoot. Door extern de doelen te communiceren informeert men de stakeholders en wordt er maatschappelijke betrokkenheid uitgedragen. Dit leidt tot een beter imago, wat kan leiden tot een betere kans bij aanbestedingen. En logischerwijs heeft het terugdringen van energieverbruik ook een positief economisch gevolg in de zin van lagere energierekeningen. Het rapport omvat zowel de interne als externe communicatie en vervult de eisen van de CO₂-Prestatieladder 3.0 van SKAO (Stichting Klimaatvriendelijk Aanbesteden en Ondernemen). Het communicatieplan is bedoeld voor de communicatie over de CO₂-Prestatieladder en overige milieu en kwaliteit gerelateerde onderwerpen.

1. Doel van het communicatieplan

De bedoeling van het communicatieplan is om een serie aan communicatiemiddelen en –momenten vast te stellen waarmee de belanghebbenden geïnformeerd kunnen worden. Het gaat hier om het informeren rondom de certificering van de CO₂-Prestatieladder en overige certificeringen waarmee FLEXCORAIL B.V. actief is.

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

Daarnaast wil de organisatie op deze manier een soort van binding met het bedrijf bewerkstelligen en dus de onderlinge relaties van de doelgroepen onderhouden en verstevigen.

1.1 Informeren

FLEXCORAIL B.V. wil de lezer informeren over de verbruikte energiestromen binnen het bedrijf en op de projectlocaties, de gevolgen daarvan weergeven in de CO₂-footprint als totaaloverzicht. Voor de projecten verkregen met gunningvoordeel zal er een aparte CO₂-footprint worden opgesteld. Daarnaast wil de organisatie de reductiedoelstellingen naar buiten uitdragen, de te nemen maatregelen om deze doelstellingen te halen en met welke initiatieven de organisatie zich bezighoudt om sector- en ketenbreed de CO₂-uitstoot te reduceren.

1.2 Overtuiging en participatie

Door het informeren van de lezer rondom het CO₂-beleid van FLEXCORAIL B.V. trachten wij stakeholders hier in mee te trekken om ook hun eigen steentje bij te dragen aan reductie van CO₂-uitstoot. Twijfelaars kan met over de streep halen door met ze in discussie te gaan.

1.3 Binding

Door uitdraging van de resultaten rondom de CO₂-Prestatieladder hopen wij stakeholders te overtuigen van onze goede intenties rondom dit onderdeel van ons MVO-beleid en de duurzaamheid van onze organisatie.



2. Doelgroepen

Voordat met naar buiten treedt met informatie rondom de CO₂-uitstoot en CO₂-reductiedoelstellingen is het van belang om te weten wie men wil en moet bereiken om als organisatie te slagen in het halen van de CO₂-reductiedoelstellingen. De volgende informatie dient ter beantwoording van eis 2.C.3 van de CO₂-Prestatieladder.

2.1 Interne doelgroepen (interne communicatie)

Binnen FLEXCORAIL B.V. is een aantal doelgroepen te onderscheiden. Het liefst zou men de communicatie van de doelgroepen via hetzelfde medium bereiken, maar door verschillende toegankelijkheden is gekozen (min of meer verplicht) voor meerdere communicatiemiddelen en communicatiemomenten.

De doelgroepen binnen FLEXCORAIL B.V. kunnen op de volgende manier worden onderverdeeld:

- Directie
- Kantoorpersoneel
- Uitvoerend personeel buiten
- Inhuur personeel

2.2 Externe doelgroepen (externe communicatie)

De externe doelgroepen van FLEXCORAIL B.V. worden op de volgende manier onderverdeeld:

- Opdrachtgevers, waaronder:
 - Gemeenten
 - ProRail
 - Aannemers
- Leveranciers en onderaannemers
- Arbeidsmarkt

2.2.1 Opdrachtgevers

Opdrachtgevers van FLEXCORAIL B.V. zijn vaak (semi)overheden zoals gemeenten, ProRail, Vervoerder (Nedtrain, GVB).

Tevens voeren wij vaak projecten uit voor aannemers(combinationen).

2.2.2 Leveranciers en onderaannemers

Leveranciers en onderaannemers kunnen een aanzienlijke bijdrage leveren aan het reductiebeleid van FLEXCORAIL B.V. Met name vanaf niveau 4 van de CO₂-Prestatieladder is het van belang deze groep er bij te betrekken om ook op deze trede aan de eisen te voldoen. Het is van belang om leveranciers te informeren en hoe ze mee kunnen doen aan het reduceren van hun en onze CO₂-uitstoot.

2.2.3 Arbeidsmarkt

Deze doelgroep bestaat uit werkzoekenden, studenten en scholieren. Door het handhaven van een groen imago en dit ook daadwerkelijk uit te voeren kan men een bepaald imago creëren waar een werknemer, student- of scholier graag voor zou willen werken. Tevens bind je het huidige personeel langer aan de organisatie door het positieve imago. Op deze manier kan men personeel aantrekken met de meeste potentie.



3. Interne communicatie

3.1 Doel en doelstellingen

Het doel van de interne communicatie is erop gericht om de betrokkenheid van de medewerkers op het gebied van milieu-/veiligheid en CO2-reductie te vergroten en ervoor te zorgen dat zij actief meedenken om tot plannen te komen om de CO2-uitstoot te reduceren alsmede zal de interne communicatie bijdragen aan een grotere betrokkenheid van de medewerkers bij de dagelijkse gang van zaken binnen FLEXCORAIL B.V. Dit zal uiteindelijk leiden tot een hogere productiviteit en een kwalitatief hoogwaardig eindproduct.

De doelstelling is om de medewerkers minimaal tweemaal per jaar een uitgebreide uiteenzetting te geven van de stand van zaken binnen FLEXCORAIL B.V. Dit zal plaatsvinden in de maandelijkse toolboxmeeting en het dagelijkse (meer) informele werkoverleg. Hierdoor willen wij de medewerkers prikkelen tot het actief meedenken binnen FLEXCORAIL B.V.

In de directiebeoordelingsvergaderingen (welke tweemaal per jaar plaatsvinden) zal het beleid van FLEXCORAIL B.V. worden besproken en vastgesteld. Ook worden hier de resultaten van de carbon footprint en de reductiedoelstellingen worden besproken. De directie zorgt ervoor dat er voldoende (financiële) middelen worden vrijgemaakt om op een actieve manier deel te kunnen nemen aan initiatieven en/of werkgroepen en/of congressen die tot CO2-reductie kunnen leiden. Tevens worden in deze vergaderingen de resultaten en klanttevredenheid besproken en daar waar nodig zullen processen worden herzien.

3.2 Situatie analyse

FLEXCORAIL B.V. heeft duurzaamheid hoog op de agenda staan. De volgende passage is te vinden in de beleidsverklaring van FLEXCORAIL B.V.:

De directie geeft de zorg voor het milieu hoge prioriteit bij haar bedrijfsvoering en geeft vorm aan haar maatschappelijke verantwoordelijkheid en betrokkenheid door het begrip 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' concreet na te streven en toe te passen.

3.3 Knelpunten

Het bereiken van de medewerkers is een belangrijk knelpunt. Niet iedere medewerker van de organisatie heeft vanaf zijn of haar werkplek toegang tot een computer of het internet. Dit probleem doet zich met name voor bij de montagemedewerkers. Voor deze medewerkers ligt communicatie via de digitale media dan ook niet voor de hand. In de werkplaats is daarom een PC met daarop het internet beschikbaar gesteld.

3.4 Strategie

Het is van uiterst belang dat iedere medewerker van FLEXCORAIL B.V. een bijdrage levert aan de reductie van het energieverbruik en daarmee de CO2-reductie. Iedereen binnen het bedrijf dient dan ook bereikt te worden.

3.5 Aanpak

Aangezien iedereen binnen FLEXCORAIL B.V. bereikt dient te worden over de CO2-reductie en het CO2-beleid zal er periodieke communicatie plaatsvinden via verschillende communicatiekanalen over zowel de totale CO2-uitstoot van FLEXCORAIL B.V. als tijdens de projecten die verkregen zijn met gunningvoordeel. Binnen de organisatie werken mensen van verschillende niveaus met verschillende achtergronden en verschillende interesses. Daarom is het van belang de communicatie over het toch al heikele onderwerp zo interessant en kort mogelijk te houden via laagdrempelige communicatiemiddelen. Daarbij kan de boodschap niets aan inhoud missen om zijn doel te behalen. Namelijk medewerking van elke medewerker binnen FLEXCORAIL B.V.



3.5.1 Middelen

Het doel is alle medewerkers te bereiken via de bestaande communicatiemiddelen. Voor interne communicatiedoelstellingen wordt er gebruik gemaakt van de volgende communicatiemiddelen:

- o Internet (<http://www.Flexcorail.nl>)
- o Toolboxmeeting (minimaal 10x per jaar)
- o Directiebeoordelingsvergadering (tweemaal per jaar)
- o Prikbord
- o Dagelijks (informeel) werkoverleg
- o Eindejaarsbijeenkomst
- o Projectbesprekingen (afhankelijk van de grootte en looptijd van het project)

3.5.2 Planning

Het uitgangspunt is dat er minstens tweemaal per jaar informatie wordt gegeven over de stand van zaken binnen FLEXCORAIL B.V. Leidend hierin zijn de directiebeoordelingsvergaderingen. Door het in stand houden van die regel wordt er tijdens de meer frequente bijeenkomsten gewerkt met de meest actuele cijfers.

3.5.3 Organisatie

Taak (Eind)verantwoordelijke

Reductiedoelstellingen opstellen Directie

Aanleveren informatie m.b.t. CO2-emissie Financieel Administratief Medewerker

Vaststellen inhoud communicatie KAM medewerker

Uitvoering communicatie Financieel Administratief Medewerker

Evaluatie Directie

De reductiedoelstellingen zijn altijd terug te lezen in de voortgangsrapportages.

Als er sprake is van een project wat met gunningvoordeel is verkregen, moeten de volgende taken worden uitgevoerd:

Taak (Eind)verantwoordelijke

Bijhouden informatie energiestromen, emissie inventaris

Financieel Administratief Medewerker

Emissie-inventaris controleren KAM medewerker

Reductiedoelstellingen opstellen Directie

Uitvoering communicatie Financieel Administratief Medewerker

Initiatieven onderzoeken/toepassen Financieel Administratief Medewerker

Evaluatie Directie



4. Externe communicatie

4.1 Doel en doelstellingen

Het doel van de externe communicatie is de stakeholders buiten de organisatie te informeren omtrent de CO₂-emissie inventaris en rondom de reductiedoelstellingen van de organisatie en rondom de projecten verkregen met gunningvoordeel. Met het informeren over de beoogde CO₂-reductie tracht de organisatie de externe stakeholders erbij te betrekken om zodoende de doelen te halen. Om de doelen te halen is het noodzakelijk dat ook opdrachtgevers, leveranciers en onderaannemers meewerken.

De doelstelling is de externe partijen minstens 2x per jaar te informeren omtrent de stand van zaken. Dit zal gebeuren aan het begin van een nieuw jaar, met de resultaten over het voorgaande jaar en de doelstellingen voor het dan huidige jaar. Het tweede moment in het jaar zal gebruikt worden om de tussenstand weer te geven en eventuele aanpassingen in het beleid te communiceren naar de stakeholders.

Voor projecten geldt een minimale frequentie van communicatiemomenten van een keer per project. Standaard communicatiemoment is aan het eind van het project. Doel van dit communicatiemoment is uit te dragen hoeveel CO₂ we uitstoten en met welke maatregelen we dat proberen terug te dringen.

4.2 Situatie analyse

FLEXCORAIL B.V. heeft duurzaamheid hoog op de agenda staan. De volgende passage is te vinden in de beleidsverklaring van FLEXCORAIL B.V.:

De directie geeft de zorg voor het milieu hoge prioriteit bij haar bedrijfsvoering en geeft vorm aan haar maatschappelijke verantwoordelijkheid en betrokkenheid door het begrip 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' concreet na te streven en toe te passen.

Om dit beleid waar te kunnen maken, is FLEXCORAIL B.V. ook afhankelijk van de externe stakeholders. Communicatie richting de externe stakeholders zal altijd plaatsvinden via de directie, omdat deze kan adviseren in de communicatiewijze. Externe communicatie kan invloed hebben op het imago en de concurrentiepositie van FLEXCORAIL B.V. Hierbij dient met te denken aan opdrachtgevers zoals ProRail en andere Overheid gerelateerde opdrachtgevers.

4.3 Knelpunten

Er zijn geen noemenswaardige knelpunten in de communicatie naar externe stakeholders. De cijfers die naar buiten worden gebracht, kunnen de concurrentiepositie niet in gevaar brengen en zijn derhalve geen knelpunten te noemen.

Enige voorzichtigheid betreffende externe communicatie betreft wellicht een aantal ondernomen initiatieven. Hierbij is het mogelijk dat FLEXCORAIL B.V. een innovatief initiatief ontplooid dat niet direct bij derden terecht hoort te komen. Initiatieven zullen derhalve altijd met de directie worden doorgenomen, voordat deze gepubliceerd worden.

4.4 Strategie en doelgroepen

Het is van belang dat de CO₂-uitstoot gereduceerd wordt. Dit dient dan ook intern en extern opgepakt te worden door de stakeholders (met name bij niveau 4 en 5 van de CO₂-Prestatieladder) om tot een optimaal resultaat te komen van CO₂-reductie. De voornaamste doelgroepen voor de externe communicatie zijn leveranciers, opdrachtgevers (klanten) en de maatschappij in zijn geheel.

Het verschil met de interne communicatie zit hem in het feit dat de interne communicatie gericht is op het vergroten van het bewustzijn van de medewerkers. Extern gezien wil de organisatie ook de maatschappelijk betrokkenheid benadrukken op het gebied van CO₂-reductie als onderdeel van het MVO-beleid van FLEXCORAIL B.V. Interne communicatie verschilt qua externe communicatie vooral ook nog op de manier van communicatie. Extern dient het allemaal formeler plaats te vinden.

4.5 Aanpak

FLEXCORAIL B.V. zal twee keer per jaar naar buiten treden met de CO₂-emissie inventaris en



eenmaal per jaar met de reductiedoelstellingen. In deze communicatie wordt vooral getracht te informeren over de huidige stand van zaken. Daarnaast kan het zijn dat de organisatie een initiatief toont om CO2-uitstoot te reduceren in de keten.

Tijdens projecten zal er één communicatiemoment zijn, namelijk na afloop van het project. Op dat moment zullen de definitieve documenten op de website (<http://www.Flexcorail.nl>) worden geplaatst.

4.5.1 Middelen

Het doel is alle externe stakeholders te bereiken via onderstaande bestaand communicatiemiddelen. Voor externe communicatiedoelinden wordt er gebruik gemaakt van de volgende communicatiemiddelen:

- o Internet (<http://www.Flexcorail.nl>)
- o Social media: Twitter
- o Congressen/werkgroepen
- o Bouwvergaderingen
- o Publicatie in vakbladen

4.5.2 Planning

Het uitgangspunt is dat de rapportages gebeuren in de eerste twee weken na afloop van de voorgaande periode. Door het in stand houden van die regel hebben externe stakeholders altijd de beschikking over actuele cijfers.

4.5.3 Organisatie

Taak	(Eind)verantwoordelijke
Reductiedoelstellingen opstellen	Directie
Aanleveren informatie m.b.t. CO2-emissie	Financieel Administratief Medewerker
Vaststellen inhoud communicatie	KAM medewerker
Uitvoering communicatie	Financieel Administratief Medewerker
Evaluatie	Directie