



# CO<sub>2</sub> Prestatieladder

# Communicatieplan

**Aspect(en):** 3.B.2, 3.C.2

**Auteur:**

Dhr. A.J. van Doornmalen

**Vrijgegeven:**

Dhr. A.J. van der Heul

---

**Datum:** 04-04-2014

## Inhoudsopgave

1.0	Communicatieplan.....	3
2.0	Doelstelling .....	3
3.0	Strategie en doelgroepen .....	3
4.0	Aanpak en middelen.....	4
5.0	Planning .....	5
6.0	Organisatie.....	5

## 1.0 Communicatieplan

Naast het ontwikkelen en vastleggen van een CO<sub>2</sub>-beleid en de bijbehorende doelstellingen is het van belang te communiceren over dit beleid. Dit communicatieplan voorziet in de structurele en planmatige communicatie over het CO<sub>2</sub>-beleid naar alle stakeholders, dus zowel intern als extern.

## 2.0 Doelstelling

Het doel van communicatie is het bewustwordingsproces, de betrokkenheid van de medewerkers en externe belanghebbenden op het gebied van CO<sub>2</sub> te vergroten. Het doel van de externe communicatie is het uitdragen van een maatschappelijke verantwoordelijkheid en een oproep tot samen werken en denken over een nieuwe, schonere en betere wereld al of niet in de keten.

## 3.0 Strategie en doelgroepen

Doordat 2/3<sup>e</sup> van de medewerkers van Van Herwijnen buitenmedewerkers zijn, hebben zij niet allen toegang tot ons intranet. De driemaandelijke toolboxes van de directeur voorzien, naast de maandelijkse van de uitvoerders in ieder geval in de behoefte. De korte lijnen, de saamhorigheid en het familiegevoel binnen ons bedrijf zorgen ervoor dat buiten deze meetbare contactvormen een geweldige interactie ontstaat.

Buiten de wollige doelstellingen van vele van onze collega's is onze externe communicatie gericht op daadwerkelijke CO<sub>2</sub>-besparing in de keten. Samenspraak met collega's maar ook vooral gesprekken buiten de sector kunnen nieuwe visies en ideeën opleveren. Deze communicatiemomenten zijn bij ons niet om te voldoen aan de eis voor de certificerende instantie maar gaan op eigen initiatief van de accountant en brancheorganisaties tot de leverancier van de bloemen. De grootste leveranciers zijn uitgenodigd mee te doen met het inzichtelijk maken van hun energie-emissie.

De klanten van ons bedrijf zijn onder te verdelen in de doelgroepen die we ook gebruiken in ons marketingplan: Gemeenten, provincies, particulieren, bedrijven en industrie, waterschappen en projectontwikkelaars.

De klantenlijsten zijn vanaf 2010 tot 2013 [hier](#) te vinden.

## 4.0 Aanpak en middelen

Doordat de directeur een driemaandelijksse toolbox en een halfjaarlijkse toespraak [voor de bouwvak en met de kerstborrel] houdt voor al het personeel [al weten ze deze laatste groep het niet allemaal te herinneren ;)] komen deze aspecten meermalen aan bod. Als surplus sturen wij altijd nog de tekst en de afspraken na bij de loonstrook.

Ons streven is zoveel mogelijk gebruik te maken van de bestaande communicatiemiddelen. Voor de interne communicatie zet Van Herwijnen de volgende middelen in.

- Toolbox meetings;
- Scholingsdagen;
- Managementvergaderingen;
- Posters;
- Uitvoerdersvergaderingen;
- Keek op de week.

### Planning intern:

Communicatiemiddel	Boodschap	Planning	Verantwoordelijke(n)
Diverse vormen van werkoverleg en management-bijeenkomsten	Beleid, doelstellingen, aanpak (MT, directievergadering)	4 x per jaar	Directie, leidinggevenden
Toolboxen, scholingsdagen en uitvoerders-vergaderingen	Beleid, doelstellingen, resultaten, individuele bijdrage	(Drie)maandelijks, elk halfjaar, jaarlijks	Directie, KAM coördinatoren, werkgroep CO <sub>2</sub>
Personeelsblad bij loonstrook	Beleid, doelstellingen, resultaten, individuele bijdrage	2 x per jaar	Werkgroep CO <sub>2</sub>
Van Herwijnen Intranet	Nieuws, beleid, footprint, stand van zaken, individuele bijdrage	Regelmatig	Werkgroep CO <sub>2</sub>
Posters	Informatie over te ondernemen acties door personeel	Regelmatig	Werkgroep CO <sub>2</sub>
Keek op de week	Werkoverleg	Wekelijks	Directie

## 5.0 Planning

De externe partijen informeert Van Herwijnen door middel van de website, LinkedIn en Twitter. Daarnaast hebben wij met een aantal bedrijven uit de keten nauwe contacten om ons CO<sub>2</sub> beleid te optimaliseren en ook die partijen te motiveren. Ook congressen en symposia op dit gebied worden bezocht. Met een aantal opdrachtgevers zijn werkgroepjes opgericht om de CO<sub>2</sub>-prestatieladder te promoten. Denk hierbij aan gemeente Lingewaal, Driebergen en 's-Hertogenbosch. Ook met andere bedrijven hebben wij contacten zoals het werkbedrijf van Drechtsteden en dergelijke. Uiteraard gaan we na het behalen van het certificaat trede 5 dit uitgebreid delen met al onze relaties.

### Planning extern:

Communicatiemiddel	Boodschap	Planning	Verantwoordelijke(n)
Van Herwijnen website	Beleid, footprint, kwalitatieve reductiedoelstellingen, communicatiedocumenten initiatieven scope 1, 2 en 3.	Continu	Wergroep CO <sub>2</sub>
Van Herwijnen website	Actuele footprint + verloop reductiedoelstellingen + alle achtergrond documentatie	2 x per jaar	Wergroep CO <sub>2</sub>
LinkedIn, Twitter	Nieuwe ontwikkelingen op CO <sub>2</sub> -reductiegebied en initiatieven	Ad hoc	Wergroep CO <sub>2</sub>
Congressen, symponica en werkgroepen	Brede discussie binnen de sector / keten, ontwikkeling initiatieven	Regelmatig	Wergroep CO <sub>2</sub>

## 6.0 Organisatie

Wij hebben als Van Herwijnen een werkgroep opgericht voor de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. Deze werkgroep is verantwoordelijk voor het opstellen en uitvoeren van het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid, de implementatie daarvan en de communicatie daarover, ook over de door Van Herwijnen behaalde resultaten op het gebied van energiebesparing.

Doel van deze werkgroep is het reduceren van CO<sub>2</sub> binnen Van Herwijnen, het bewust maken van ons personeel en na het behalen van het CO<sub>2</sub>-bewust certificaat niveau 3 in 2012 door te groeien naar niveau 5.

A.J. van der Heul is de voorzitter van de werkgroep die verder bestaat uit de leden; Theo Fuijkschot en Erwin van Doornmalen.