



# Communicatieplan

---

Conform 2.C.1, 2.C.2, 2.C.3 en 3.C.2

Gedocumenteerd intern en extern communicatieplan van

**Keiser Holding B.V.**

**Auteur(s):**

Marko Keiser, CO<sub>2</sub>-functionaris, Keiser Holding B.V.

Marcel de Lange, extern adviseur, Nedcon Organisatieadvies B.V.

Doc.code: CP  
Versie: 3.0  
Datum: 17-09-2015  
Status: Definitief



## Inhoudsopgave

1. Introductie .....	3
2. Doelstelling en doelgroepen .....	4
2.1 Doelgroep 1: Interne belanghebbenden .....	4
2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1 .....	4
2.3 Doelgroep 2: Externe belanghebbenden .....	4
2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2 .....	5
3. Overzicht externe belanghebbenden (2.C.3) .....	6
4. Media .....	7
4.1 Interne communicatie .....	7
4.2 Externe communicatie .....	8
5. Uitvoering - Stuurcyclus communicatie .....	10
5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan) .....	10
5.2 Uitvoering van de communicatie (Do) .....	11
5.3 Controle van de communicatie (Check) .....	12
5.4 Corrigerende maatregelen (Act) .....	12

# 1. Introductie

Voor u ligt het communicatieplan van Keiser Holding B.V.. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie als bedoeld onder 3.C.2 beschreven in het Handboek CO<sub>2</sub>-Prestatieladder 3.0 en uitgebracht door de Stichting SKAO d.d. 10 juni 2015, is geregeld.

Gegevens over de CO<sub>2</sub>-footprint, de kwantitatieve reductiedoelstellingen, de reductiemaatregelen en -initiatieven alsmede de voortgang hiervan worden gecommuniceerd. Het energiebeleid, mogelijkheden tot individuele bijdrage tot reductie, huidig energieverbruik en trends in het bedrijf zullen worden opgenomen in verschillende communicatie-uitingen.

In dit communicatieplan worden de doelgroepen, verantwoordelijkheden met daarbij behorende taken en de wijze van communicatie beschreven.

## 2. Doelstelling en doelgroepen

Het communicatiedoel rondom CO<sub>2</sub>-reductie is het structureel overbrengen van het energiebeleid, de reductiedoelstellingen en -maatregelen van het bedrijf. Zo krijgen onze medewerkers, andere bedrijven, opdrachtgevers en leveranciers een goed beeld van onze ambities en kunnen ze leren van onze ervaringen.

### Doelgroepen

Binnen ons communicatiebeleid onderscheiden wij twee doelgroepen: interne belanghebbenden bij CO<sub>2</sub>-prestaties van ons bedrijf en externe belanghebbenden bij de CO<sub>2</sub>-prestaties van ons bedrijf.

#### 2.1 Doelgroep 1: Interne belanghebbenden

Om succesvol te zijn in ons reductiebeleid dienen onze eigen medewerkers goed op de hoogte gehouden te worden omtrent de ontwikkelingen rond het CO<sub>2</sub>-beleid. Daarbij nodigen wij hen uit om actief mee te denken om de CO<sub>2</sub>-uitstoot verder te reduceren en hiervoor concrete voorstellen te doen.

Deze doelgroep bestaat uit:

- Uitvoerders / projectleiders
- Kantoormedewerkers
- Chauffeurs
- Management Team

#### 2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1

Het doel van communicatie met deze doelgroep is met name: **informereren, overtuigen en activeren.**

Wij kunnen onze doelstellingen alleen bereiken als onze medewerkers daar actief aan meewerken. Tevens kunnen onze medewerkers een bron zijn van nieuwe ideeën om reductie te bereiken. De communicatiemiddelen die gebruikt worden om deze doelgroep te bereiken zijn beschreven in hoofdstuk 3.

#### 2.3 Doelgroep 2: Externe belanghebbenden

Externe belanghebbenden zijn partijen die belang hebben bij reductie van energie en van de meest materiële CO<sub>2</sub>-emissies, en potentiële partners om mee samen te werken aan CO<sub>2</sub>-reductie, zowel bij de initiatieven van ons bedrijf als bij de maatregelen in projecten waarop CO<sub>2</sub>-gerelateerd gunningvoordeel verkregen is.

Deze doelgroep bestaat uit:

- (potentiële) Opdrachtgevers
- Leveranciers;
- Overheden;
- Branchegenoten;
- Brancheorganisaties;

- Omwonenden/bedrijven bij ons bedrijfsterrein;
- Onderaannemers;

#### **2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2**

Het doel van het communiceren met deze doelgroep is:

**informereren, kennisdelen en relatieonderhoud.**

De communicatiemiddelen om deze doelgroep te bereiken zijn beschreven in hoofdstuk 3.

### 3. Overzicht externe belanghebbenden (2.C.3)

Groep belanghebbenden	Belanghebbende	Wat is de link met ons CO <sub>2</sub> -reductiebeleid?
Klanten, afnemers, opdrachtgevers	Opdrachtgevers, Rijkswaterstaat, Provincie, Gemeentes - zie ook de klantenlijst in systeem	Mogelijke samenwerking sector- en/of keten initiatief
	Opdrachtgevers, Rijkswaterstaat, Provincie, Gemeentes - zie ook de klantenlijst in systeem	EMVI criteria bij aanbestedingen
Onderaannemers	Onderaannemers n.v.t.	
Leveranciers	Brandstof leverancier BP, Kuster Olie en de Diesel Card Service	Leverancier (alternatieve) brandstoffen
	Stroom en Gas leverancier Nuon	Aftastend toekomstige inkoop groene stroom
Overheden en bevoegd gezag	Milieu Inspectie	
	Gemeentes	
Branchegenoten	Via branche organisatie	
Brancheorganisaties	TLN / EVO	Mogelijke samenwerking sectorinitiatief
Directe omgeving locatie	Bedrijven industriegebied waar de organisatie is gehuisvest.	
NGO's (die met CO <sub>2</sub> reductie te maken hebben)	N.v.t.	Mogelijk gesprekspartner over CO <sub>2</sub> reductie op projecten
Media	N.v.t.	
Overig	N.v.t.	

## 4. Media

Voor de communicatie met de verschillende doelgroepen, worden verschillende media ingezet. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen interne en externe communicatie.

### 4.1 *Interne communicatie*

Voor interne communicatie gebruikt men de volgende media:

- Direct via medewerker bijeenkomsten.
- Geschreven via nieuwsbrieven.
- Website.

#### 4.1.1 Medewerkersbijeenkomsten

Tijdens de medewerkersbijeenkomsten worden de CO<sub>2</sub>-uitstoot, de reductiedoelstelling en de voortgang van de doelstelling besproken en gedeeld met het voltallige personeel. Hiervan wordt een verslag gemaakt (toolbox). Minimaal eenmaal per jaar vindt deze personeelsbijeenkomst plaats.

Deze bijeenkomsten zijn bij uitstek gelegenheden om de medewerkers te peilen voor eventuele nieuwe ideeën voor maatregelen die bij kunnen dragen aan het behalen van de reductie doelstellingen.

#### 4.1.2 Nieuwsbrieven

De belangrijkste elementen uit onze CO<sub>2</sub>-footprint worden minimaal eenmaal per 2 jaar aan het personeel gecommuniceerd door middel van een nieuwsbrief. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

- Het geformuleerde energiebeleid.
- De huidige status van de gerealiseerde reductie in CO<sub>2</sub>-emissie en energieverbruik.
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO<sub>2</sub>-reductie.
- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen.
- Reductiemogelijkheden, zowel bedrijfsbreed als op project- en persoonlijk niveau.
- Projecten die zijn ingezet om reducties te realiseren.
- Trends van energieverbruik en CO<sub>2</sub>-uitstoot.

#### 4.1.3 Website

Op onze website is een aparte link naar een 'Duurzaamheidspagina' gecreëerd ([www.keiser-verkeerstechniek.nl](http://www.keiser-verkeerstechniek.nl)). Op deze pagina worden alle projecten in het kader van CO<sub>2</sub>- en energieverbruiksreductie beschreven. Daarbij wordt tevens de voortgang op dit gebied weergegeven. In de nieuwsberichten zal regelmatig naar deze website worden verwezen voor meer informatie.

## **4.2 Externe communicatie**

De vorm van externe communicatie is afhankelijk van het type belanghebbende binnen deze doelgroep. Informatie over het beleid, doelstellingen en voortgang op het gebied van CO<sub>2</sub>-uitstoot en energiereductie worden gepubliceerd. Dit gebeurt minimaal halfjaarlijks, of bij grote afwijkingen meerdere keren per jaar.

De volgende media worden onderscheiden:

- De bedrijfswebsite ([www.keiserverkeerstechniek.nl](http://www.keiserverkeerstechniek.nl))
- De SKAO website ([www.skao.nl](http://www.skao.nl))
- Digitale nieuwsbrieven
- Actieve deelname en initiatieven van werkgroepen

### **4.2.1 Bedrijfswebsite**

Keiser Holding B.V. heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden een CO<sub>2</sub>-pagina op de website ingericht op internet. De informatie die via deze link te vinden is omvat tenminste:

- De CO<sub>2</sub>-Footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen.
- De reductiedoelstellingen voor scope 1 en 2 en het plan van aanpak.
- De naam van het (keten/sector)initiatief, inclusief een korte omschrijving, de initiatiefnemers en de (reductie-)doelstellingen.

### **4.2.2 De internetpublicatie van het bedrijf op de website van SKAO**

De informatie die op deze website te vinden is omvat tenminste de naam van het (keten/sector)initiatief, inclusief een korte omschrijving, de initiatiefnemers en de reductiedoelstellingen.

Op de website van SKAO dient elk document een pdf te zijn, met vermelding van een versienummer, een handtekening van de autoriserende verantwoordelijke manager, en de autorisatiedatum. Bij een initiële ladderbeoordeling heeft het bedrijf nog geen pagina op de website van SKAO. Inlogcodes en instructies worden na afgifte van het certificaat toegestuurd.

### **4.2.3 Persberichten**

Keiser Holding B.V. communiceert indien van toepassing middel een persbericht haar activiteiten op het gebied van CO<sub>2</sub>-emissie en CO<sub>2</sub>-reductie. De inhoud van de persberichten wordt dan bepaald door de directie.

### **4.2.4 Digitale nieuwsbrieven**

De belangrijkste elementen uit de CO<sub>2</sub>-footprint worden minimaal eenmaal per half jaar aan de externe belanghebbenden gecommuniceerd door middel van een nieuwsbrief. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

- Het geformuleerde energiebeleid.
- De huidige status van de gerealiseerde CO<sub>2</sub>-emissie en energieverbruik.
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO<sub>2</sub>-reductie.
- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen.



#### **4.2.5 Actieve deelname in werkgroepen**

Binnen de maatschappelijk omgeving waarin de organisatie opereert, zijn er diverse initiatieven die tot doel hebben de leefbaarheid van de omgeving te verbeteren. Keiser Holding B.V. participeert in die initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op het gebied van horizontaal, verticaal, exceptioneel transport, industriële verhuizingen en machine transporten, voor een actieve bijdrage in de werkgroepen. Zij communiceert in deze werkgroepen tevens haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren.

De initiatieven waar wij aan deelnemen en de voortgang ervan is beschreven in het document Sector- en keteninitiatieven. Dit document wordt gepubliceerd op onze bedrijfswebsite en op de website van SKAO.

## 5. Uitvoering - Stuurcyclus communicatie

Om te waarborgen dat de communicatie m.b.t. CO<sub>2</sub>-beleid van het bedrijf hun doel(en) bereiken is een efficiënte stuurcyclus noodzakelijk. Hieronder zijn de stappen omschreven die bij Keiser Holding B.V. gevolgd worden om dit te realiseren. De stappen zijn gebaseerd op de Deming cyclus: Plan-Do-Check-Act. Deze stuurcyclus is geïmplementeerd en geborgd middels procedure C.3 van ons handboek van het managementsysteem voor CO<sub>2</sub>-bewust handelen.

Verantwoordelijk voor de algehele communicatie is Dhr. Marko Keiser.



*Voor het bedrijf en de projecten waar CO<sub>2</sub>-gunnings voordeel op is verkregen. Plannen – communiceren – terugkoppelen – corrigeren/aanpassen. Terugkoppeling o.a. aan medewerkers en overige belanghebbenden.*

### 5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan)

Jaarlijks wordt in MT-overleg het volgende besproken ten aanzien van de communicatie:

- De externe belanghebbenden en doelgroepen worden (opnieuw) bepaald.
- Eventuele terugkoppelingen en communicaties aan het bedrijf van belanghebbenden (intern en extern).
- De frequentie van het communiceren.
- De actualiteit cq. geschiktheid van de gebruikte media voor communicatie.
- Eventuele wijzigingen van de eisen in de CO<sub>2</sub>-prestatielevel m.b.t. communicatie.

De COF levert de benodigde informatie aan het MT voor het bovenstaande. De bevindingen van het MT-overleg worden vastgelegd in de directiebeoordeling. Naar aanleiding van de beoordeling door het MT kan de inhoud van het communicatieplan gewijzigd worden.

## 5.2 Uitvoering van de communicatie (Do)

In de onderstaande tabel staat aangegeven wie verantwoordelijk is voor welke communicatie, met welke frequentie de communicatie uitgevoerd moet worden en de inhoud die de communicatie bevat in relatie tot de eisen van de CO<sub>2</sub> prestatieladder.

Communicatie / activiteit	Doel groep(en)	Frequentie & planning	Eis	Inhoud van de communicatie	Verantwoordelijke uitvoering
<b>Bedrijfswebsite</b>	Alle, intern en extern	2x per jaar actualiseren / nieuwsbericht actualiseren van de informatie	3.B.1 3.C.1 3.D.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2 (het Energie management actieplan).  Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief.	COF
<b>Website SKAO</b>	Alle, intern en extern	1x per jaar	3.D.1	Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief.	COF
<b>Medewerkers bijeenkomsten</b>	Alle medewerkers intern	1x per jaar	3.C.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2	Uitvoerders
<b>Interne nieuwsbrief</b>	Alle medewerkers intern	2x per jaar	3.C.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2	COF
<b>Externe nieuwsbrief</b>	Onderaannemers Opdrachtgevers	2x per jaar	3.C.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2	COF
<b>Persberichten</b>	Alle externe belanghebbenden	Indien van toepassing	1.C.1	Energie reductiebeleid, inhoud door directie te bepalen	Directie
<b>MT-overleg</b>	MT	Meerdere keren per jaar	2.C.2	Energie reductie beleid, doelstellingen, maatregelen, communicatie.	Directie
<b>Active deelname werkgroepen</b>	Mede initiatiefnemers	Afhankelijk van planning initiatief	3.D.1	Mogelijkheden voor energiereductiemaatregelen op projecten	COF

### **5.2.1 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel**

Voor projecten waarop CO<sub>2</sub> gerelateerd gunningsvoordeel is verkregen wordt een apart communicatieplan opgesteld op basis van het bedrijfscommunicatieplan. Per project wordt bepaald wie de belanghebbenden zijn, welke communicatiemiddelen gebruikt zullen worden, wie verantwoordelijk is voor de communicatie en met welke frequentie gecommuniceerd zal worden. Het projectcommunicatieplan wordt opgesteld door de COF in samenwerking met de directie en de projectleider.

### **5.3 Controle van de communicatie (Check)**

De COF is verantwoordelijk voor de controle op de juiste uitvoer van de verschillende communicaties volgens het communicatieplan.

Halfjaarlijks controleert de COF dat:

- Alle afgesproken communicaties hebben plaatsgevonden.
- De inhoud van de communicatie actueel is en alle onderwerpen bevat zoals in dit plan is beschreven is.

Indien blijkt dat niet alle communicaties correct of volledig uitgevoerd zijn dan wordt dit door de COF aan het MT gemeld.

#### **5.3.1 Bijdragen en terugkoppeling over het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid**

Naar aanleiding van de communicatie over het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid kan het bedrijf bijdragen of terugkoppeling ontvangen van derden. Dit kan bijvoorbeeld een communicatie zijn van een externe belanghebbende (b.v. opdrachtgever) of medewerker van het bedrijf.

Bijdragen of terugkoppelingen kunnen bestaan uit (maar zijn niet beperkt tot):

- ideeën voor maatregelen om tot CO<sub>2</sub>-reductie te komen,
- klachten m.b.t. energie verspilling of milieu overlast,
- wetswijzigingen die invloed kunnen hebben op het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid,
- (wijzigingen m.b.t.) eisen van opdrachtgevers over het CO<sub>2</sub>-reductie.

Alle bijdragen tot of terugkoppelingen over het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid van het bedrijf worden door de COF verzameld en aan het MT doorgegeven ter beoordeling.

### **5.4 Corrigerende maatregelen (Act)**

In de volgende situaties zijn corrigerende maatregelen nodig:

- Communicatie wordt niet conform de planning uitgevoerd of informatie is inhoudelijk niet correct.
- De terugkoppeling van derden heeft gevolgen voor of kan gevolgen hebben voor het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid van het bedrijf bijvoorbeeld bij:
  - o Wetswijzigingen.
  - o Veranderingen van eisen van opdrachtgevers.
  - o Klachten/berichten over energie verspillingen.

De bovenstaande situaties worden door de COF met het MT besproken waarna indien nodig een corrigerende maatregel wordt getroffen. De effectiviteit van de maatregel wordt bewaakt door de COF.