



CO2 Prestatieladder Communicatieplan

Missie: Samen werken aan CO2 reductie



Rapportage: Communicatieplan CFA
Datum: 19 december 2014
Opgesteld: Monique Harmsen
Versie: 1.0

Inhoudsopgave:

1 Inleiding.....	3
2 Analyse.....	4
3 Doelstellingen en doelgroepen.....	5
3.1 Communicatiedoelstellingen.....	5
3.2 Doelgroepen.....	5
3.2.1 Interne doelgroepen.....	6
3.2.2 Externe doelgroep.....	6
4 Media.....	6
4.1 Interne communicatie.....	6
4.1.1 Intranet (cloud-based).....	7
4.1.2 Wekelijks werkoverleg.....	7
4.1.3 E- Mail.....	7
4.1.4 HipChat.....	7
4.2 Externe communicatie.....	7
4.2.1 Website.....	8
4.2.2 Direct- mail.....	8
4.2.3 E- mail.....	8
4.2.4 Website SKAO.....	8
5 uitvoering en organisatie.....	9
5.1 Doelstellingen en beleid.....	9
5.2 Communicatieproces.....	9
5.3 Verantwoordelijkheden.....	10

1 Inleiding

De verantwoordelijkheid van het bedrijfsleven bestaat niet alleen uit het leveren van een economische maar ook uit het leveren van een maatschappelijke bijdrage. Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV neemt haar verantwoordelijkheid en besteedt in de bedrijfsvoering aandacht aan initiatieven die de maatschappij ten goede komen. Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen komt daarmee de laatste jaren steeds hoger op de agenda te staan van de onderneming.

De dagelijkse bedrijfsvoering zorgt voor CO₂ uitstoot. De voornaamste veroorzakers hiervan zijn olie, gas en kernenergie. De uitstoot van CO₂ versterkt het broeikaseffect. Stikstofoxide veroorzaakt verzuring en de berging van radioactief afval brengt veiligheidsrisico's met zich mee. Het is van belang om het energieverbruik en de hieraan gekoppelde CO₂ emissie terug te dringen.

Dit communicatieplan is opgesteld in het kader van de CO₂ Prestatieladder. Dit document geeft een beschrijving van de communicatie van Lumi Guide Fietsdetectie (Holding) BV, zoals bedoeld in het Handboek CO₂ Prestatieladder p. 103-105 (april 2014).

Over de CO₂ Corporate Carbon Footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen zoals benoemd in de **rapportage CFA 2014? van Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV** wordt intern en extern gecommuniceerd. Het energiebeleid en de mogelijkheden tot individuele bijdrage tot reductie en huidige energieverbruik worden opgenomen in de verschillende communicatie-uitingen.

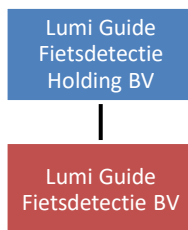
In het communicatieplan worden de doelgroepen (stakeholders), boodschap, inhoud, media keuze, de wijze van communicatie, planning en verantwoordelijkheden en de daarbij behorende taken uitgeschreven.

2 Analyse

De CO₂ Prestatieladder is in eerste instantie door ProRail ontwikkeld en sinds 2009 gebruikt voor aanbestedingen in de spoorsector. Al snel bleek dat ook andere opdrachtgevers de mogelijkheden van de ladder zagen.

Daarom is versie 2.0 van de CO₂ Prestatieladder ontwikkeld. Daarin is de ladder breder toepasbaar geworden voor andere aanbestedende organisaties in andere sectoren. Bovendien heeft initiatiefnemer ProRail op 16 maart 2011 de CO₂ Prestatieladder verzelfstandigd en in eigendom gegeven van de onafhankelijke Stichting Klimaatvriendelijk, Aanbesteden en Ondernemen (SKAO).

In het kader van maatschappelijk ondernemen heeft Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV besloten ook de Corporate Carbon Footprint in kaart te brengen van de holding en Lumi Guide Fietsdetectie BV door middel van de CO₂ prestatieladder. Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV heeft als doelstellingen om te voldoen aan **niveau één, twee, drie, vier en vijf** van de prestatieladder. De onderneming Lumi Guide Fietsdetectie BV valt onder Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV. Het organogram van Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV ziet er als volgt uit:



Organogram Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV

De reductiedoelstellingen van het bedrijf dat onder Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV valt zien er als volgt uit:

Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV:

De CO₂ emissie van Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV van scope 1 zijn vastgesteld in de CFA 2014? rapportage. Hierbij is de volgende oorzaak van de CO₂ uitstoot vastgesteld:

- Zakelijk verkeer

Hoofddoelstelling:

In de komende 5 jaar een reductie van **10%** realiseren ten opzicht van het referentiejaar (2014).

Lumi Guide BV:

De CO₂ emissie van Lumi Guide Fietsdetectie BV van scope 1 en 2 zijn vastgesteld in de CFA 2014? rapportage van Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV. Hierbij zijn de volgende oorzaken van de CO₂ uitstoot vastgesteld:

- Zakelijk verkeer
- Persoonlijke auto's voor zakelijk vervoer
- Huisvesting

Hoofddoelstelling:

In de komende 5 jaar het verder terug brengen van de CO₂ uitstoot en het verbruik terugbrengen naar de doelstellingen die gesteld waren voor 2015?.

Aangezien CO₂ reductie in het kader van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen aandacht verdient zowel binnen als buiten de organisatie is het van belang dat het beleid en doelstellingen zowel intern als extern gecommuniceerd worden met de stakeholders.

3 Doelstellingen en doelgroepen

3.1 Communicatiedoelstellingen

Het communicatiedoel rondom de certificering op de CO₂ prestatieladder is het structureel overbrengen van het energiebeleid en de reductiedoelstellingen, mogelijkheden voor individuele bijdrage, informatie over het huidige energiegebruik en trends en de behaalde besparingen op CO₂ uitstoot binnen het bedrijf Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV.

Dit communicatieplan bevat de vastgelegde taken en verantwoordelijkheden en de wijze van zowel de interne als externe communicatie. Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV communiceert intern en extern over de Corporate Carbon Footprint met als doel:

- Doelgroepen (stakeholders) te informeren en te betrekken in het project, het terugbrengen van de CO₂ emissie
- Goodwill creëren bij de doelgroepen (stakeholders)
- Doelgroep (stakeholders) te inspireren dit voorbeeld te volgen

Algemene boodschap/motto:

- *“Samen werken aan CO₂ reductie”*

3.2 Doelgroepen

Binnen Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV zijn verschillende doelgroepen te onderscheiden. Er valt een bedrijf onder Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV; te weten Lumi Guide Fietsdetectie BV. De medewerkers van de bedrijven zijn gevestigd in hetzelfde gebouw in dezelfde ruimtes en houden één werkoverleg. Deze kunnen dus als één doelgroep beschouwd worden. Verder wil Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV een aantal externe partijen (doelgroepen/stakeholders) betrekken bij de CO₂ reductie. Hierbij gaat het om de belangrijkste leveranciers (A-leveranciers) en de (potentiële) klanten. Verder zijn de een aantal verschillende mediatypes in kaart gebracht die gebruikt kunnen worden om met de doelgroepen/stakeholders te communiceren.

Doelgroepen:

- Medewerkers
- Leveranciers
- (Potentiële) Klanten
- Eindgebruikers

Mediatypes:

- Website

Commented [M1]: Moeten we zo ver gaan om deze op te nemen?

- Intranet (cloud-based)
- Briefing
- Direct Mailing
- E- mail
- Overige interne communicatie (chatroom)

Voor elke doelgroep geldt dat de communicatie en intensiteit afhankelijk is van de aard van de doelgroep. De doelgroepen zijn onderverdeeld in interne en externe doelgroepen/stakeholders en de keuze voor mediatypes wordt beschreven in een apart hoofdstuk.

3.2.1 Interne doelgroepen

- Directie
- Medewerkers (full- time)
- Freelance medewerkers (projectbasis)

3.2.2 Externe doelgroep

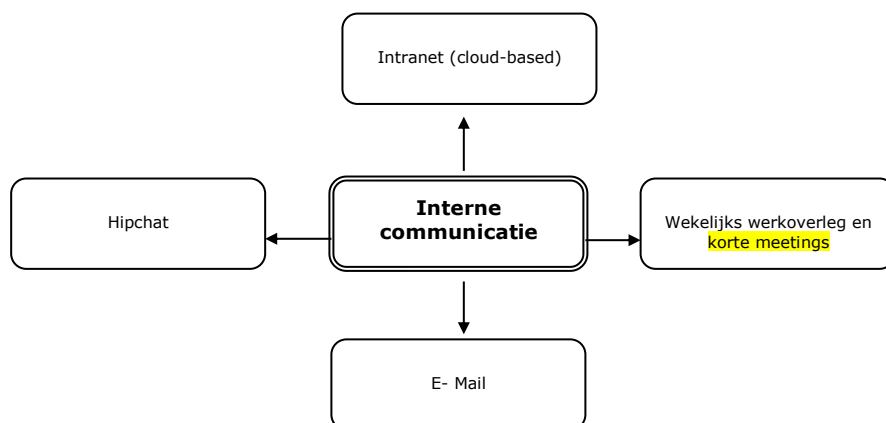
- Leveranciers
- (Potentiële) Klanten
- **Eindgebruikers**

4 Media

Voor het informeren van de doelgroepen worden verschillende mediatypes ingezet. Hierbij is er onderscheidt gemaakt tussen interne en externe communicatie.

4.1 Interne communicatie

Voor interne communicatie worden de volgende media gebruikt:



4.1.1 Intranet (cloud-based)

Op het gedeelde cloud-based intranet is een map aangemaakt met de naam "CO₂ Prestatieladder". Hierop zullen alle gerelateerde documenten te vinden zijn met betrekking tot het project, zoals de Corporate Carbon Footprint, communicatieplan, jaarlijkse evaluatie, kwartaal verslagen, enz. Alle medewerkers hebben toegang in deze map en kunnen de laatste ontwikkelingen op de voet volgen.

4.1.2 Wekelijks werkoverleg en korte meetings

Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV en Lumi Guide Fietsdetectie BV zijn gevestigd in dezelfde ruimte van het gebouw. De bedrijven hebben veel raakvlakken en het wekelijks werkoverleg van de bedrijven vindt dan ook gezamenlijk plaats. De CO₂ reductie zal voortaan een standaard agendapunt worden tijdens dit overleg. Tijdens deze vergadering worden de laatste ontwikkelingen verteld en kunnen medewerkers hierop inhaken. Op deze manier blijven alle medewerkers op de hoogte van de laatste ontwikkelingen en kunnen zij zelf initiatieven aandragen ter verbetering.

Commented [M2]: Stand-up meetings??

4.1.3 E- Mail

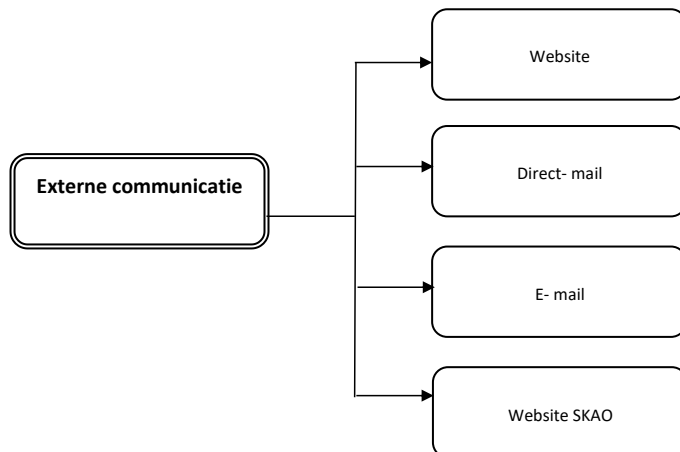
Lumi Guide Fietsdetectie BV maakt gebruik van een aantal medewerkers op freelance basis. Deze worden op projectbasis ingezet en zijn in de meeste gevallen werkzaam op kantoor van Lumi Guide Fietsdetectie BV of zij werken thuis. Om deze medewerkers te informeren en op de hoogte te houden zullen ze 1x per jaar via de mail een laatste update ontvangen met hierin de laatste progressie die gemaakt zijn op het gebied van CO₂ reductie.

4.1.4 HipChat

Lumi Guide Fietsdetectie BV maakt gebruik van een interne chat-app met verschillende 'rooms' voor snelle communicatie. Binnen HipChat is er een aparte room "CO₂ Prestatieladder" aangemaakt waar minimaal 2x per jaar de laatste ontwikkelingen op het gebied van CO₂ reductie worden gepubliceerd. Ook tussentijdse interessante trends en berichten zullen hier worden neergezet. Op deze manier blijven alle medewerkers ook via deze weg op de hoogte van de laatste ontwikkelingen.

4.2 Externe communicatie

Voor externe communicatie worden de volgende media gebruikt:



4.2.1 Website

Op de website van Lumi Guide Fietsdetectie BV is een categorie MVO - CO₂ Prestatieladder aangemaakt. Hierop staat het jaarlijkse verslag van de Corporate Carbon Footprint. Hiermee kunnen de laatste ontwikkelingen op het gebied van CO₂ emissie gevolgd worden. (potentiële) Klanten bezoeken de websites van de bedrijven en komen op deze wijze in contact met de CO₂ Prestatieladder. De websites is: www.lumiguide.nl

Er is een eindverantwoordelijke aangewezen die ieder half jaar de vereiste documenten inclusief nummering van de bijbehorende eis op de site zal zetten. Deze documenten zijn:

- CO₂-Bewust Certificaat
- CO₂ Footprint (3.A.1)
- Periodieke Rapportage (3.A.1)
- Energie Management Actieplan (3.B.2)
- Communicatieplan (3.C.2)
- Communicatie-uitingen (3.C.1)
- Deelname initiatief (3.D.1)

Om te zorgen dat deze documenten tijdig worden bijgewerkt en actueel worden gehouden, wordt de halfjaarlijkse website update in de communicatie-planning opgenomen.

Commented [M3]: Of komt SKAO hiervoor in de plaats??

4.2.2 Direct- mail

De belangrijkste leveranciers (A-leveranciers) zullen één keer per jaar een direct- mail ontvangen met daarin de laatste ontwikkelingen van het bedrijf met betrekking tot CO₂ emissie. In deze mail zullen de leveranciers tevens gestimuleerd worden om hun eigen CO₂-uitstoot te reduceren.

4.2.3 E- mail

In de voetnoot van iedere uitgaande mail zal voortaan (per januari 2015) standaard de tekst 'Think before you Print!' en 'Samen werken aan CO₂ reductie' staan en daarbij het logo van de CO₂ Prestatieladder. Voorbeeld:



Think before you Print!
Samen werken aan CO₂ reductie

Door deze voetnoot zullen alle bedrijven, zowel leveranciers als (potentiële) klanten die via de mail contact hebben met de bedrijven op de hoogte zijn dat Lumi Guide Fietsdetectie BV aan CO₂ reductie werken.

4.2.4 Website SKAO

Naast het publiceren van de vereiste gegevens op de eigen website zal er ook jaarlijks vereiste informatie op de website van SKAO geplaatst worden.

5 uitvoering en organisatie

In dit hoofdstuk wordt de uitvoering en organisatie van de interne en externe communicatie beschreven.

5.1 Doelstellingen en beleid

Ieder jaar zijn er een aantal elementen die bij gehouden en getoetst worden:

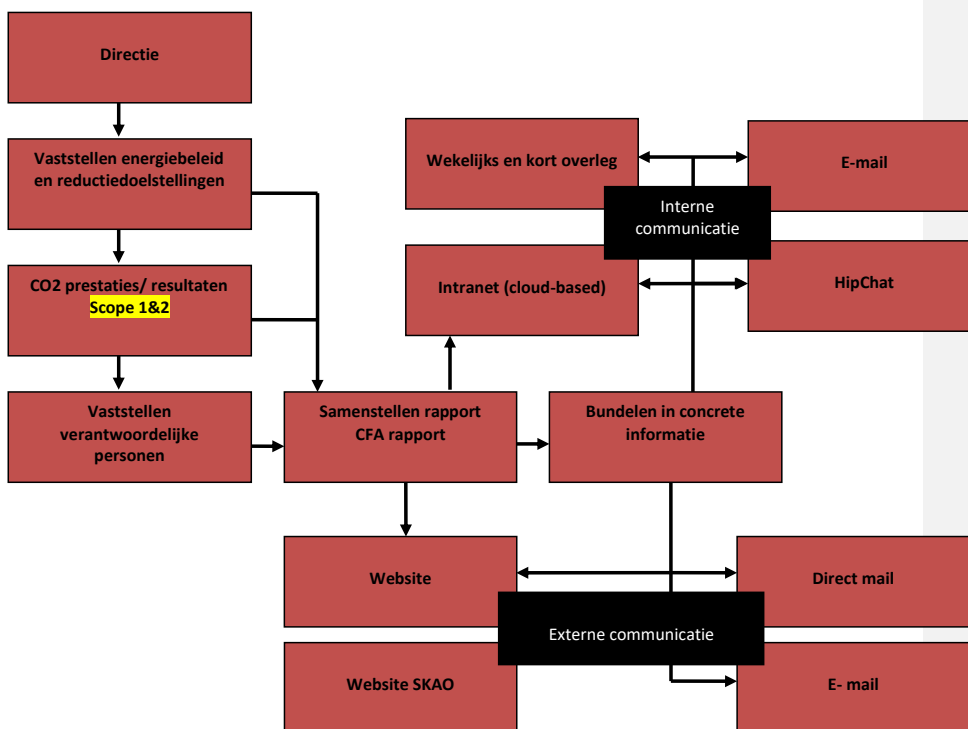
- Energiebeleid (meerjarenplan)
- Reductiebeleid (meerjarenplan)
- CO2 reductiedoelstellingen (per jaar)
- CO2 prestatieresultaten (per half jaar)

Deze gegevens zijn te vinden in het CFA 2014? Rapportage.

Commented [M4]: Hebben jullie dit gedaan?

5.2 Communicatieproces

Onderstaande communicatieprocedures worden gehanteerd door Lumi Guide Fietsdetectie Holding BV:



Interne en externe communicatie processen

Lumi Guide

Voor iedere doelgroep is er een nadere boodschap uitgewerkt:



5.3 Verantwoordelijkheden

Taken en verantwoordelijkheden 2015:

Activiteit	Termijn	Rapport	Functie	Naam
Opstellen meerjaren plan	5 jaarlijks	CFA	Financieel Directeur	Ton van Lieshout
Opstellen CFA rapportage	Jaarlijks	CFA 2014/5	Project leider en systeemarchitect	Monique Harmsen en Tim Schwarte
Intranet (cloud-based)	2x per jaar	Alle gerelateerde documenten	Project leider	Monique Harmsen
Wekelijks overleg	Wekelijks	Notulen werkoverleg	Industrial engineer	Roland van Dijk
E- Mail	1x per jaar	Samenvatting CFA rapportage	Systeemarchitect	Tim Schwarte
Rapportage voortgang	2x per jaar	Samenvatting CFA rapportage	Project leider	Monique Harmsen
HipChat	2x per jaar	Samenvatting CFA rapportage	Project leider	Monique Harmsen
Website	1x per jaar	CFA 2014/5 en andere vereiste documenten	Systeemarchitect	Tim Schwarte
Direct mail	Jaarlijks	Samenvatting CFA rapportage	Systeemarchitect	Tim Schwarte
Voetnoot E- Mail	Iedere mail	-	Alle medewerkers	-
Aanlevering documenten aan SKAO	Jaarlijks	Alle vereiste documenten	Project leider	Monique Harmsen

Commented [M5]: Moet dit jaarlijks?