



**LUMIGUIDE**  
SMART MOBILITY SOLUTIONS FOR SMART CITIES

# CO2 Prestatieladder Communicatieplan

***Missie: Samen werken aan CO2 reductie***



Rapportage: Communicatieplan CFA  
Datum: 15 januari 2023  
Opgesteld: Monique Harmsen  
Versie: 6.0 (2023)

## 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 .....	6
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 Communicatieplanning .....	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. LUMIGUIDE 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. Een belangrijke component hiervan die bij LumiGuide speelt is de CO<sub>2</sub> uitstoot.

De dagelijkse bedrijfsvoering zorgt voor CO<sub>2</sub> uitstoot. De voornaamste veroorzakers hiervan zijn olie, gas en kernenergie. De uitstoot van CO<sub>2</sub> 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 CO<sub>2</sub> emissie terug te dringen.

Dit communicatieplan is opgesteld in het kader van de CO<sub>2</sub> Prestatieladder. Dit document geeft een beschrijving van de communicatie van LUMIGUIDE Fietsdetectie (Holding) BV, zoals bedoeld in het Handboek CO<sub>2</sub> Prestatieladder 3.0 (juni 2015).

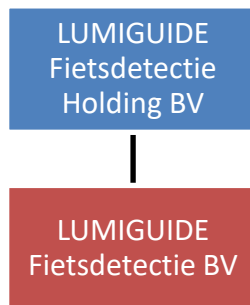
Over de CO<sub>2</sub> Corporate Carbon Footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen zoals benoemd in de voortgangsrapportages van LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV wordt intern en extern gecommuniceerd. Het energiebeleid en de mogelijkheden tot individuele bijdrage tot reductie en huidige energieverbruik 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 CO<sub>2</sub> Prestatieladder is in eerste instantie door ProRail ontwikkeld en wordt 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, (nu 3.0) van de CO<sub>2</sub> 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 CO<sub>2</sub> Prestatieladder verzelfstandigd en in eigendom gegeven van de onafhankelijke Stichting Klimaatvriendelijk, Aanbesteden en Ondernemen (SKAO).

In het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen heeft LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV besloten ook de Corporate Carbon Footprint in kaart te brengen van de holding en LUMIGUIDE Fietsdetectie BV door middel van de CO<sub>2</sub> prestatieladder. LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV heeft als doelstellingen om te voldoen aan **niveau één, twee, drie, vier en vijf** van de prestatieladder. De onderneming LUMIGUIDE Fietsdetectie BV valt onder LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV. Het organogram van LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV ziet er als volgt uit:



Organogram LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV

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

### *LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV:*

De CO<sub>2</sub> emissie van LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV van scope 1 is vastgesteld in de voortgangsrapportage 2014. Hierbij is de volgende oorzaak van de CO<sub>2</sub> uitstoot vastgesteld:

- Zakelijk verkeer

### **Hoofddoelstelling:**

In de komende jaren tot 2030 een reductie van **49%** realiseren ten opzicht van het referentiejaar (2015), gerelateerd aan en met inachtneming van de (omzet)groei van het bedrijf. Dit in het kader van het lidmaatschap van de Club van 49.

### *LUMIGUIDE BV:*

De CO<sub>2</sub> emissie van LUMIGUIDE Fietsdetectie BV van scope 1 en 2 worden vastgesteld in de voortgangsrapportages van LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV. Hierbij zijn de volgende oorzaken van de CO<sub>2</sub> uitstoot vastgesteld:

- Zakelijk verkeer
- Persoonlijke auto's voor zakelijk vervoer

- Huisvesting

#### **Hoofddoelstelling:**

LUMIGUIDE is een groeiende organisatie. Dit betekent automatisch een stijgende CO<sub>2</sub> uitstoot. Echter dit biedt ook kansen. Door vanaf het begin een CO<sub>2</sub> efficiency als speerpunt te hanteren in het groeiproces voorkomt allerlei moeilijke veranderingen in de toekomst.

**T.o.v. de omzet wil LUMIGUIDE voor de komende jaren (2023-2024) 2% dalen (scope 1 en 3) en 1% dalen (scope 2) qua CO<sub>2</sub> uitstoot. Door de genomen maatregelen en afhankelijk van de groei kan dit uiteraard positiever uitpakken.**

Aangezien CO<sub>2</sub> 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 CO<sub>2</sub> 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 CO<sub>2</sub> uitstoot binnen het bedrijf LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV.

Dit communicatieplan bevat de vastgelegde taken en verantwoordelijkheden en de wijze van zowel de interne als externe communicatie. LUMIGUIDE 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 CO<sub>2</sub> emissie
- Goodwill creëren bij de doelgroepen (stakeholders)
- Doelgroep (stakeholders) te inspireren dit voorbeeld te volgen

#### **Algemene boodschap/motto:**

- *“Samen werken aan CO<sub>2</sub> reductie”*

### **3.2 Doelgroepen**

Binnen LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV zijn verschillende doelgroepen te onderscheiden. Er valt een (1) bedrijf onder LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV; te weten LUMIGUIDE 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 LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV een aantal externe partijen (doelgroepen/stakeholders) betrekken bij de CO<sub>2</sub> reductie. Hierbij gaat het om de belangrijkste leveranciers (A-leveranciers) en de (potentiële) klanten. Aanvullend 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 (specifiek: ProRail)

Mediatypes:

- Website
- 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

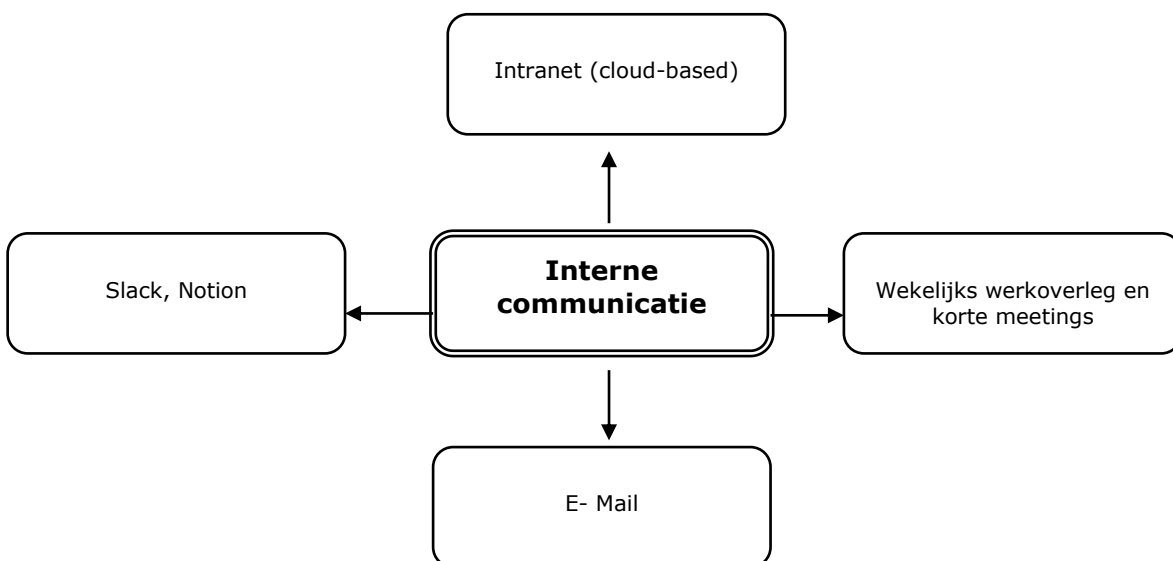
- Leveranciers
- (Potentiële) Klanten

## 4 Media

Voor het informeren van de doelgroepen worden verschillende mediatypes ingezet. Hierbij is er onderscheid 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 (Generic) is een map aangemaakt met de naam “CO<sub>2</sub> Prestatieladder”. Hierop zullen alle gerelateerde documenten te vinden zijn met betrekking tot het project, zoals de Corporate Carbon Footprint, communicatieplan, jaarlijkse evaluatie, enz. Alle medewerkers hebben toegang tot deze map en kunnen de laatste ontwikkelingen op de voet volgen. Verder is er een aparte pagina aangemaakt op Notion, het interne kennisplatform.

#### 4.1.2 Wekelijks werkoverleg en korte meetings

LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV en LUMIGUIDE Fietsdetectie BV zijn gevestigd in dezelfde ruimte van het gebouw. De CO<sub>2</sub> reductie is maandelijks een standaard agendapunt tijdens dit overleg, tenzij er niets over te melden is. Tijdens deze vergaderingen 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.

#### 4.1.3 E- Mail

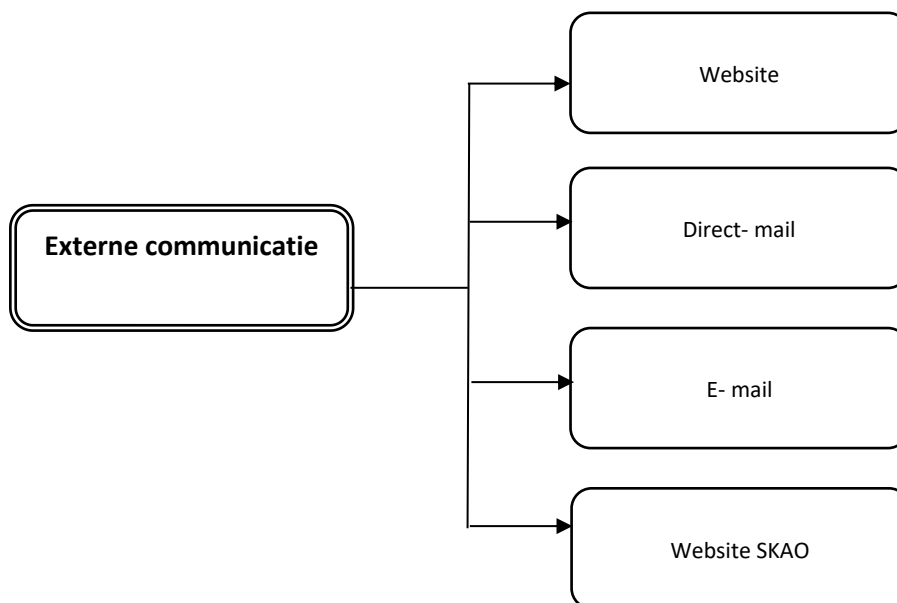
LUMIGUIDE Fietsdetectie BV maakt gebruik van een aantal medewerkers op freelance basis. Deze worden op projectbasis ingezet en zijn in de meeste gevallen werkzaam op kantoor van LUMIGUIDE Fietsdetectie BV of zij werken thuis. Om deze medewerkers te informeren en op de hoogte te houden zullen ze 1x per jaar via de mail een laatste update ontvangen met hierin de laatste progressie die gemaakt zijn op het gebied van CO<sub>2</sub> reductie.

#### 4.1.4 Slack - Notion

LUMIGUIDE Fietsdetectie BV maakt gebruik van een interne chat-app met verschillende ‘rooms’ voor snelle communicatie. Binnen de oude chat-app HipChat was er een aparte room voor relevante meeting onderwerpen aangemaakt, waarin ook de CO<sub>2</sub> ladder was opgenomen. Het bleek echter dat deze room niet actief werd gebruikt (bood geen meerwaarde ten opzichte van de andere interne communicatievormen) en deze is in 2016 weer afgeschaft.

### 4.2 Externe communicatie

Voor externe communicatie worden de volgende media gebruikt:



#### 4.2.1 Website

Op de website van LUMIGUIDE Fietsdetectie BV is een MVO - CO<sub>2</sub> Prestatieladder aangemaakt. Hierop staat het jaarlijkse verslag van de Corporate Carbon Footprint. Hiermee kunnen de laatste ontwikkelingen op het gebied van CO<sub>2</sub> emissie gevolgd worden. (Potentiële) klanten bezoeken de website van het bedrijf en komen op deze wijze in contact met de CO<sub>2</sub> Prestatieladder. De website is: [www.lumiguide.eu](http://www.lumiguide.eu)

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:

- CO<sub>2</sub>-Bewust Certificaat
- Periodieke CO<sub>2</sub> voortgangsrapportage en actieplan (3.A.1 en 3.B.2.)
- Communicatieplan (3.C.2)
- 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.

#### 4.2.2 Direct- mail

De belangrijkste leveranciers (A-leveranciers) zullen op termijn één keer per jaar een direct-mail ontvangen met daarin de laatste ontwikkelingen van het bedrijf met betrekking tot CO<sub>2</sub> emissie. In deze mail zullen de leveranciers tevens gestimuleerd worden om hun eigen CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren. Aan ProRail wordt apart gerapporteerd.

#### 4.2.3 E- mail

In de voetnoot van iedere uitgaande mail is per januari 2015 standaard de tekst 'Think before you Print!' en 'Samen werken aan CO<sub>2</sub> reductie' staan en daarbij het logo van de CO<sub>2</sub> Prestatieladder. Voorbeeld:



Think before you Print!  
*Samen werken aan CO<sub>2</sub> 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 LUMIGUIDE Fietsdetectie BV aan CO<sub>2</sub> reductie werkt.

#### 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. Dit geldt ook voor de projecten met gunningsvoordeel.



## 5 uitvoering en organisatie

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

### 5.1 Doelstellingen en beleid

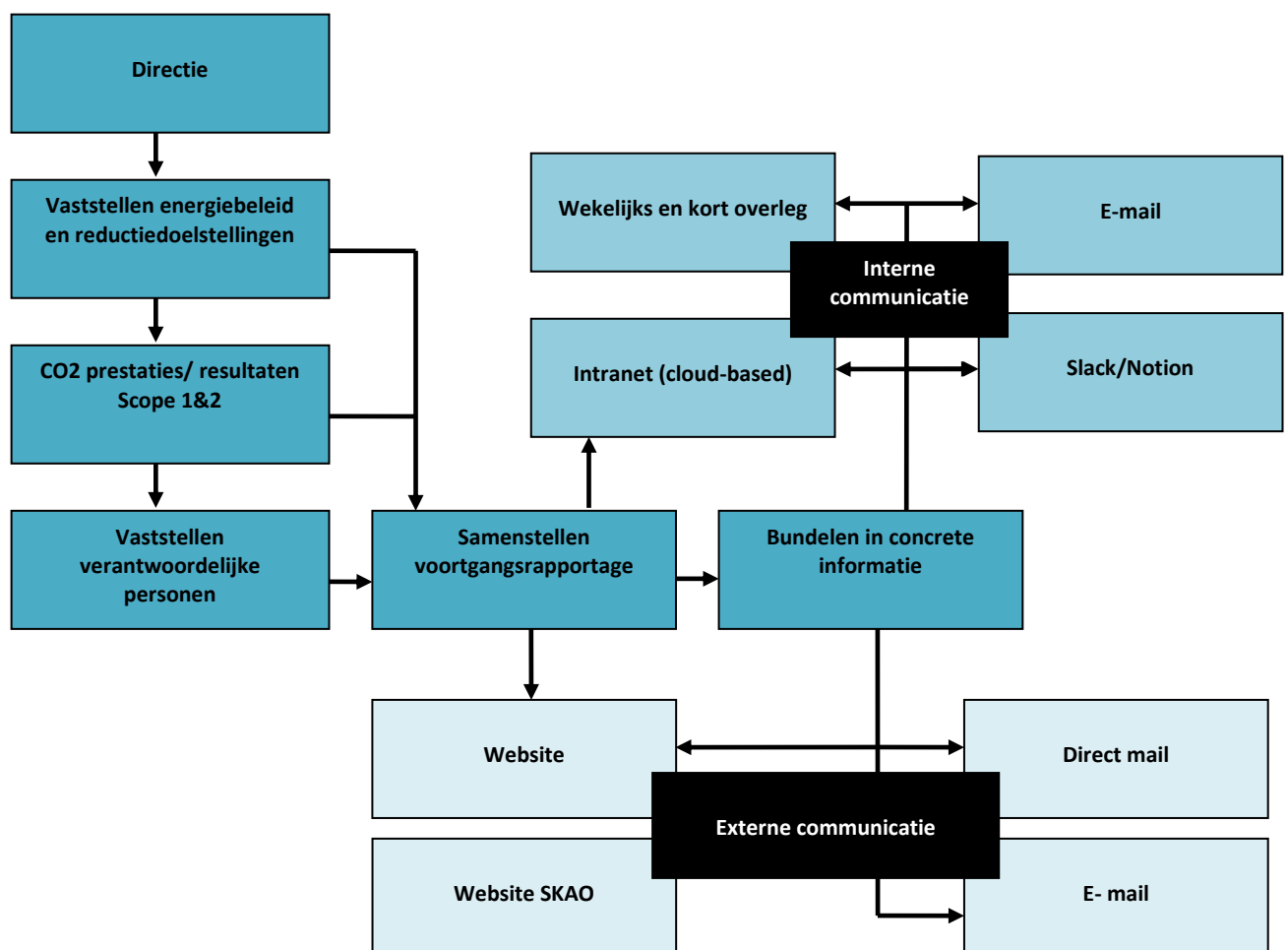
Ieder jaar zijn er een aantal elementen die bij gehouden en getoetst worden:

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

*Deze gegevens zijn te vinden in de halfjaarlijkse voortgangsrapportages.*

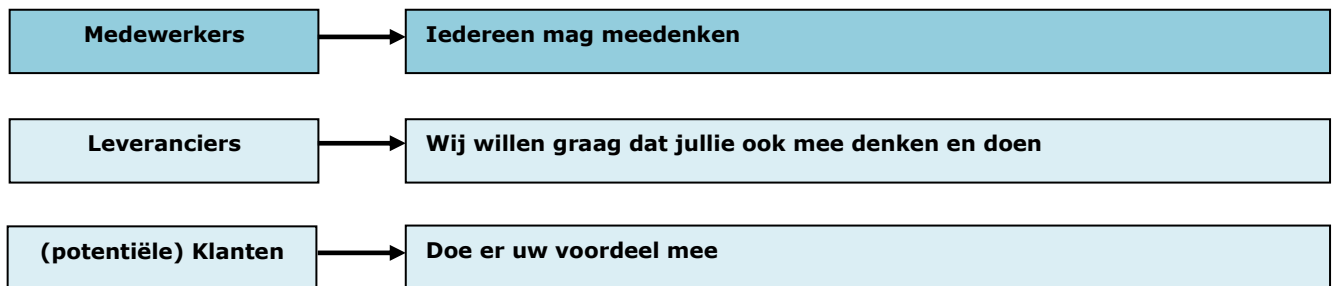
### 5.2 Communicatieproces

Onderstaande communicatieprocedures worden gehanteerd door LUMIGUIDE Fietsdetectie Holding BV:



*Interne en externe communicatie processen*

Voor iedere doelgroep is er een nadere boodschap uitgewerkt:



### 5.3 Communicatieplanning

Taken en verantwoordelijkheden *intern*:

Nr.	Omschrijving	Rapport	Media	Uitvoerder	Termijn
1	Opstellen meerjaren plan	CFA	Smarttrackers	Directeur en Financieel Directeur	5 jaarlijks
2	Opstellen CFA rapportage	CFA	Smarttrackers	Directeur en systeemarchitect	Jaarlijks
3	Structurele interne communicatie over CO2-footprint	Alle gerelateerde documenten	Intranet (cloud-based)	Directeur	Hele jaar door
4	Idem + reductiedoelstellingen communiceren aan alle werknemers	Notulen werkoverleg	1x per maand in wekelijks overleg	Directeur	Maandelijks
5	Rapportage voortgang reductiedoelstellingen intern	Samenvatting CFA rapportage; losse opmerkingen	Smarttrackers/E-Mail	Directeur	1-2x per jaar
6	Rapportage voortgang algemeen	Samenvatting CFA rapportage	Smarttrackers / Directiebeoordeling	Directeur	2x per jaar
7	Communicatie over energiereductiebeleid/maatregelen bij belangrijke gebeurtenissen/stappen	Afhankelijk van soort mededeling	Toolboxmeetings/e-mail/werkoverleg	Directeur	Hele jaar door

Taken en verantwoordelijkheden *extern*:

Nr.	Omschrijving	Rapport	Media	Functie	Termijn
1	Structurele externe communicatie over CO2-footprint aan klanten en potentiële opdrachtgevers	CFA (voortgangsrapportage) en andere vereiste documenten	Website	Directeur	Hele jaar door
2	Structurele externe communicatie over CO2-footprint aan onderaannemers en leveranciers	CFA (voortgangsrapportage) en andere vereiste documenten	Website	Directeur	Hele jaar door
3	Rapportage voortgang reductiedoelstellingen	Samenvatting CFA rapportage	Website	Directeur	Jaarlijks
4	Awareness creëren	Logo CO2 prestatieladder en tekst 'Think before you Print!' en 'Samen	Voetnoot E- Mail	Alle medewerkers	Iedere mail

		werken aan CO <sup>2</sup> reductie'			
5	Aanlevering documenten aan SKAO	Alle vereiste documenten	SKAO website	Directeur	Jaarlijks
6	Communicatie over energie-reductiebeleid bij belangrijke gebeurtenissen/stappen	Afhankelijk van soort mededeling	Website	Directeur	Hele jaar door